



Deutsche Telekom: Strategie firemní odpovědnosti

Případová studie úspěšných udržitelných firem vytvořená Flagship.

Číslo 4 – Listopad 2017

OBSAH

1.	Úvod	3
2.	Strategie firemní odpovědnosti	4
	2.1 Převzetí odpovědnosti	5
	2.2 Sociální závazek	7
	2.3 Ochrana a zabezpečení dat	9
	2.4 Klima a životní prostředí	10
	2.5. Udržitelný životní styl	12
3.	O Flagship	14



1. ÚVOD

JEDNA ZA VŠECHNY... a všichni za jednu. Naše planeta potřebuje pomoc. Zachraňme ji. Ted' nebo nikdy.

Deutsche Telekom se věnuje nefinančnímu reportingu již více než 20 let, kdy od roku 1996 společnost reportuje o svých aktivitách na poli udržitelnosti. V letech 2003 až 2006 vydávala výroční zprávu spojenou s HR a udržitelností a od roku 2008 každoročně zveřejňuje samostatnou zprávu o udržitelnosti. Od 2010/2011 je k dispozici také online verze reportu, která odpovídá na zvyšující se požadavky a uživatelské preference jejich stakeholderů.

Zpráva o udržitelnosti společnosti slouží jako efektivní komunikační nástroj, který informuje své interní a externí stakeholdery o výzvách, kterým společnost čelí, a o pokroku, který jako odpovědná firma dosáhla.

V roce 2015 zavedl Deutsche Telekom nový slogan pro své reporty a udržitelné aktivity - „**JEDNEJME ODPOVĚDNĚ. UMOŽNĚME UDRŽITELNOST**“.



2. STRATEGIE FIREMNÍ ODPOVĚDNOSTI

Deutsche Telekom chce být průkopníkem udržitelného podnikání ve svém odvětví. Je odhodlán jednat odpovědně v celém svém hodnotovém řetězci a připraven hrát zásadní roli v řešení současných ekologických, ekonomických a sociálních problémů.

Společnost dělí své aktivity do pěti oblastí udržitelnosti:

1. **Převzetí odpovědnosti** – odpovědnost za společnost a životní prostředí
2. **Sociální závazek** – podpora sociálních závazků zaměstnanců, vzdělávání a mediální kompetence
3. **Ochrana a zabezpečení dat** – digitalizace, důvěra v aplikace
4. **Klima a životní prostředí** – snížení emisí CO₂, efektivní využití zdrojů, udržitelná mobilita
5. **Udržitelný životní styl** – ekologické a dostupné produkty, efektivní datová centra, e-zdraví



2.1 PŘEVZETÍ ODPOVĚDNOSTI



Odpovědnost za společnost a životní prostředí.

DIVERZITA

V Deutsche Telekom věří, že za každým zaměstnancem se skrývá úspěch, a se zájmem jim poskytuje kvalitní podporu. Lidé přibližně ze 150 zemí, ženy, muži, mladí i starší, stejně jako lidé s různými schopnostmi a kulturním původem spolu dokáží efektivně spolupracovat. Kromě toho, že společnost nabízí řadu příležitostí pro profesionální a osobní růst bez ohledu na pohlaví, věk, sexuální orientaci, zdraví a etnické nebo kulturní původ, se od roku 2015 aktivně podílí na propagování povědomí o rozmanitosti.

Společnost se zavázala k **navýšení počtu žen na středních a vyšších manažerských pozicích** po celém světě. V roce 2010 byl zaveden nový cíl, jehož cílem je zvýšit zastoupení žen v celé organizaci z 19 na 30 %. V roce 2016 dokázal Deutsche Telekom navýšit toto zastoupení na 25,4 % a lhůtu projektu prodloužil do roku 2020.



Od roku 2011, společnost začala nabízet **částečné úvazky pro své zaměstnance na manažerských postech** s cílem zlepšit rovnováhu mezi jejich pracovním a soukromým životem. Od roku 2016 je celkový počet zaměstnanců na částečný úvazek 13 %, z toho 8 % je žen a 5 % mužů.

V roce 2009 založil Deutsche Telekom otcovský projekt s názvem „Heimspiel“, jehož cílem je klást větší důraz na otce a dát jim **příležitost spojit práci s rodinným životem**. A poskytuje také hlídání dětí ve svých 5 hlavních sídlech v Německu.

ZPĚTNÁ VAZBA ZAMĚSTNANCŮ

Zaměstnanci mají příležitost předložit své nápady, aby pomohli zlepšit své pracovní prostředí. Nápady zaměstnanců přispívají k významným interním vylepšením, ale také k podstatným úsporám.

V roce 2006 bylo předloženo 8600 nápadů, které firmě ušetřily 74 milionů eur. Do roku 2015 se vygenerované úspory téměř zdvojnásobily, když bylo přeloženo 13728 nápadů, které ušetřily zhruba 147 milionů eur a v roce 2016 pouze **10125 návrhů přineslo na úsporách neuvěřitelných 170 milionů eur.**

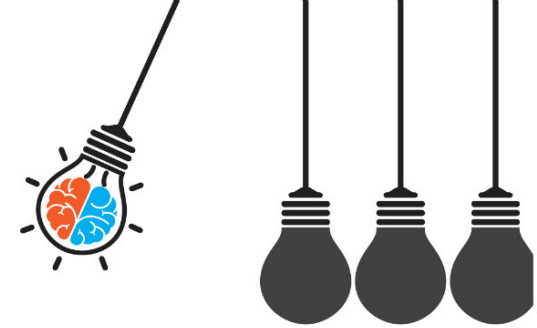
Mezi spoustou skvělých nápadů byl v roce 2016 uplatněn jeden, který umožnil snížit míru výměny vysílacích věží ze 14 na 10 procent, čímž významně přispěl k zachování zdrojů společnosti a snížení nákladů.

DODAVATELÉ

Každý dodavatel a poskytovatel služeb, který spolupracuje s firmou Deutsche Telekom, musí jednat odpovědně a udržitelně. Deutsche Telekom spolupracuje s **více než 30 000 dodavateli**. Všechny své dodavatele nekontroluje stejně, ale zaměřuje se na strategicky významné nebo vysoce rizikové skupiny zhruba 200 dodavatelů, kteří procházejí pravidelnými audity každé tři roky. Tito dodavatelé pocházejí především z Asie, konkrétně Číny a několika sousedních zemí jako je Singapur, Malajsie, Thajsko, Indie nebo Vietnam. Některé sociální audity jsou uskutečňovány také v Mexiku, Brazílii a ve východní Evropě.

V roce 2014 byl zaveden program spolupráce s dodavateli na tématech udržitelnosti. **Mezi největší úspěchy dodavatelů Deutsche Telekom patří:**

- Snížení emisí CO2 o 169 000 metrických tun ve vlastních provozech a v dodavatelských řetězcích.
- Zvýšení produktivity o 34 %.
- Snížení zaměstnanecké absence o 48 % díky zlepšení bezpečnosti a ochrany zdraví na pracovišti.
- Zvýšení recyklace odpadu z 69 % na 85 %.



2.2 SOCIÁLNÍ ZÁVAZEK

DIGITALIZACE mění naši společnost. Deutsche Telekom podporuje tuto změnu, považuje se za aktivního člena společnosti a za sociální problematiku přebírá odpovědnost.



Na základě svého společenského závazku založila společnost program s názvem **STEM**, který je zaměřen na vědu, techniku, inženýrství a matematiku, včetně **digitální výuky a studia ve vzdělávacích institucích**. Program je zacílen na změnu kultury v oblasti školství a vzdělávání prostřednictvím používání digitálních medií – **od roku 2016 úspěšně začlenilo digitální média do svých tříd přes 38 škol**.

Workshopy kódování: Během Evropského týdne kódování povzbuzují tisíce dobrovolníků obyčejné lidi, aby se učili kódovat tím, že jim pomáhají porozumět jeho základním principům. Děti a mladí ze 13ti měst v Polsku se zúčastnili workshopu, který se konal v roce 2016. Téměř 200 dětí tak nahlédlo do tajemství kódování a na 120 mentorů jim ukázalo, jak skvělé může programování být.

Mimo děti a mladé podporuje Deutsche Telekom také **digitální vzdělávání pro seniory** a pomáhá jim při adaptaci do digitálního světa. Od zahájení kampaně v roce 2016 byly ve 3 městech uspořádány kurzy digitální výchovy a počet účastníků dosáhl celkem 765 osob s průměrným věkem 64 let. Nový cíl, který byl stanoven na rok 2017, je zapojit 5000 účastníků a umožnit jim tak jednodušší a lepší život za pomoci jednoho tabletu připojeného k internetu!

DOBROVOLNICTVÍ

Mnoho zaměstnanců společnosti Deutsche Telekom se účastní dobrovolnické činnosti, poskytuje pomoc ve školách a denních centrech. Zaměstnanci využívají interaktivní platformu engagement@telekom.de, přes kterou najdou správný projekt, na kterém se mohou podílet.

Firemní dobrovolnictví, USA – Firemní dobrovolnický program s názvem Huddle Up, spojuje děti s pozitivními lidmi, místy a programy prostřednictvím zaměstnaneckých servisních akcí s partnery zajišťujícími mimoškolní aktivity v komunitách po celé zemi. Od roku 2005 se 16 500 firemních dobrovolníků dotklo životů více než 78 000 mladých lidí, což představuje více než 127 000 hodin renovací školních zařízení po celé zemi. V roce 2016 se 816 zaměstnanců zúčastnilo sedmi událostí programu Huddle Up a poskytli více než 5388 hodin svého času.

Další aktivity - V roce 2016, na den Martina Luthera Kinga, podpořily týmy ve Filadelfii, Washingtonu a New Yorku projekty, které pomáhají oživení škol v nízkopříjmových komunitách. Více než 150 zaměstnanců malovalo pokoje, renovovalo nábytek a sadilo zahrádky.



INTEGRATION INTO THE JOB MARKET AND LANGUAGE DEVELOPMENT ARE THE FOCAL POINTS OF OUR COMMITMENT. WITH THIS PROGRAM, WE AIM TO GIVE REFUGEES PROFESSIONAL PROSPECTS THAT WILL SIGNIFICANTLY IMPROVE THEIR OPPORTUNITIES IN THE GERMAN JOB MARKET.

Christian P. Illek, Deutsche Telekom Board Member for Human Resources



BUDOVÁNÍ DOVEDNOSTÍ

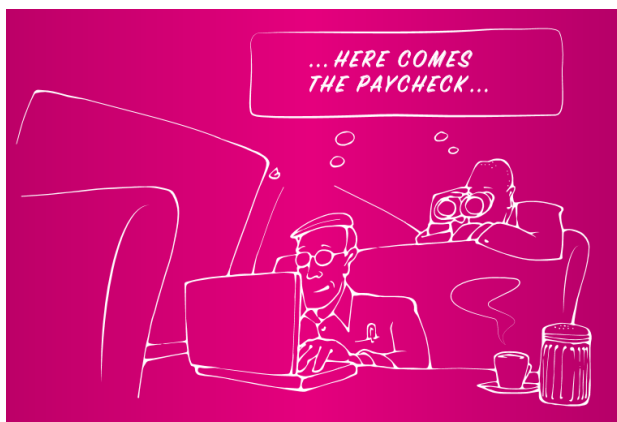
Pomoc uprchlíkům - od první pomoci po integraci na trhu práce: V roce 2015 byl vybudován nový program, který má výrazně zlepšit příležitosti uprchlíků na německém trhu práce. Deutsche Telekom podporuje uprchlíky při jejich integraci na trh práce a pomáhá jim s překonáním jazykové bariéry.

V roce 2015 nabídl Deutsche Telekom 19 svých nemovitostí jako ubytování uprchlíkům. Dále společnost nabídla 77 stáží a poskytla uprchlíkům studentské granty určené pro kurzy na HfTL Univerzitě Aplikované Vědy v Lipsku. Doposud bylo uděleno 47 stáží univerzitním a školním studentům a 6 grantů na kurzy vysoké školy.



2.3 OCHRANA A ZABEZPEČENÍ DAT

Díky rychlému pokroku v digitalizaci se otázka bezpečnosti stává čím dál tím naléhavější. Každý den zaznamenává Deutsche Telekom 4 až 6 miliónů útoků na téměř 200 online pastí. Na ochranu svých zákazníků a zaměstnanců zřídila společnost mezinárodní Centrum pro kybernetickou obranu (CDC). Jeho úkolem je testovat a vyvíjet nové produkty pro interní i externí zákazníky.



ŠKOLENÍ O OCHRANĚ OSOBNÍCH DAT

Začátkem roku 2015 vytvořila společnost karikaturu nazvanou Dataslob, jejíž riskantní chování pomáhá zvyšovat povědomí o otázkách ochrany dat mezi zaměstnanci. Mnoho příspěvků osvětluje situace mimo běžný kancelářský prostor. Jeden z příkladů zahrnuje pracovníka, který stahuje důvěrné informace do svého notebooku, aniž by přemýšlel o tom, kdo mu může koukat přes rameno. Nebo zaměstnanec čekající na přeplněné autobusové zastávce, který zbrkle vypráví svému známému o velmi citlivých projektech - informace, do kterých nikomu jinému nic není.

POKYNY PRO OCHRANU ÚDAJŮ PRO INTERNET VĚCÍ A PRŮMYSL 4.0

Až několik společností najednou se často zabývá zpracováním dat pro obchodní modely typu Internet věcí a průmysl 4.0, takže povinnosti takto odpovědných společností musí být popsány transparentně a srozumitelně ve všech procesních řetězcích.

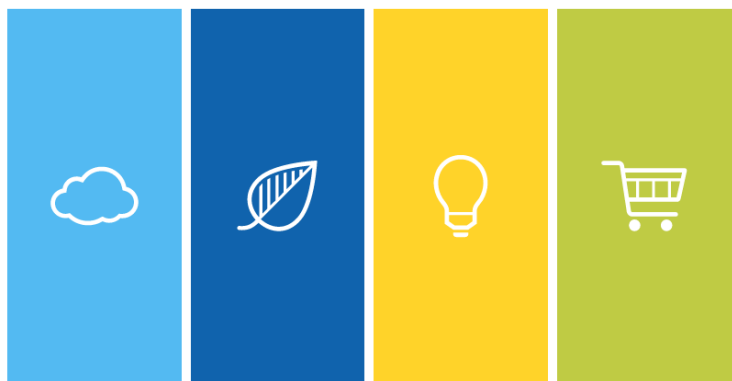
Společnost Deutsche Telekom používá zásadně údaje, které byly anonymizovány, nebo v případě potřeby zachování nepřímého osobního odkazu, pseudonymizovány. Pseudonymizace je dosažena například využitím vysokoúrovňového šifrování.



2.4 KLIMA A ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

V roce 2005 vytvořil T-Mobile svoji první strategii pro ochranu klimatu. Mezi současnými cíli společnosti je závazek snížit emise CO₂ napříč organizací o 20 % do roku 2020 ve srovnání s rokem 2008 a o 40 % ve srovnání s rokem 1995 (nezahrnuje T-Mobile USA).

The four pillars of our integrated climate strategy



CO₂ emissions

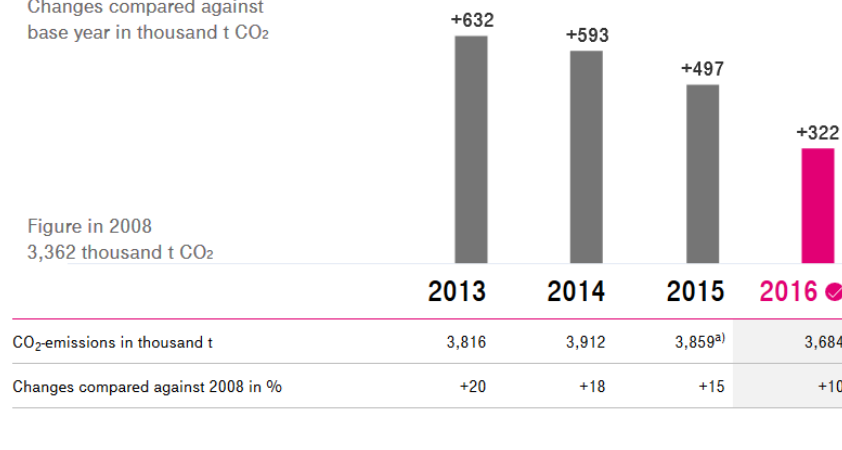
Renewable energy

Energy efficiency

Sustainable products

Changes compared against
base year in thousand t CO₂

Figure in 2008
3,362 thousand t CO₂



^{a)} Retroactive, slight correction of CO₂ emissions (formerly: 3,849) without effect on the ESG KPI.

Spotřeba elektrické energie je hlavním zdrojem uhlíkových emisí společnosti. Vysoce účinná datová centra měří spotřebu elektřiny a pomáhají tak firmě v jejím snižování.

ZEMĚDĚLSTVÍ 4.0

Na základě studie **SMARTer2030**, vypracovanou Global e-Sustainability Initiative, mohou produkty a služby **ICT** (informační a komunikační technologie) potenciálně ušetřit velké množství emisí v jiných odvětvích jako například v zemědělství. Odhaduje se, že takto ušetřené emise CO₂ by se mohly rovnat téměř desetinásobku množství emisí vyprodukovaných samotným sektorem ICT. Toto odvětví má proto zvláštní úlohu při snižování celkových globálních emisí.

Deutsche Telekom tvrdě usiluje o podporu digitalizace v zemědělství. Za pomoci ICT lze do roku 2030 ušetřit zhruba dvě miliardy tun emisí CO₂ a navíc každoročně ušetřit až 250 miliard litrů vody v zemědělství.

V roce 2012 zahájila společnost Deutsche Telekom digitalizační projekt, který je zaměřený na pomoc farmářům při chovu dobytka. Byla navržena speciální technologie, která umožňuje komunikaci mezi farmářem a jeho skotem pomocí speciálních obojků, které mají senzory pro měření teploty krav. Informace jsou zasílány zemědělcům ve formě krátké textové zprávy a mohou pomáhat například při porodech. Tato technologie přináší ekonomické výhody zvýšení reprodukce stád, zemědělcům už nehrozí, že zmeškají důležité okamžiky svého stáda a zároveň jim dává více volného času.

Po celé Evropě tuto technologii zavedlo již více než 5000 zemědělců.

SMART CITY

V roce 2015 dosáhl Maďarský Telekom uhlíkové neutrality. Za tento úspěch vděčí nákupu energie, která je plně z obnovitelných zdrojů, zlepšení energické výkonnosti, podpoře offsetových programů a celkové úspoře spotřeby energie.

Společnost odměňuje své zaměstnance za dodržení a nepřekročení emisních hodnot. Řidičům, kteří hodnoty překročili, uděluje penále, a finance posléze používá k podpoře offsetových projektů. V roce 2016 nakoupila společnost CO₂ certifikáty, které vedly ke snížení jejich emisí CO₂ o 50 000 tun. Cíl pro rok 2017 je zůstat uhlíkově neutrální.

Den dobrovolníků Telekomu byl v říjnu 2016 zaměřen na kompenzování emisí CO₂. Zúčastnilo se ho na 1000 zaměstnanců společně s jejich příbuznými. Na 29 místech po celém Maďarsku bylo vysázeno přes 1000 stromů a keřů.



2.5 UDRŽITELNÝ ŽIVOTNÍ STYL

Společnost Deutsche Telekom si uvědomuje, že cesta ke snížení uhlíkové stopy nevede pouze přes snížení jejich vlastních emisí skleníkových plynů, ale uznává také, jak velkou úlohu v tomto směru tvoří naše konzumní společnost. Díky narůstajícímu problému s elektronickým odpadem, zahájili projekt sběru nepotřebných mobilních telefonů.

ZAKÁZANÉ LÁTKY

V roce 2014 spolupracovala společnost s Fraunhoferovým Institutem pro spolehlivost a mikointegraci, aby provedli studii o škodlivých látkách, které je možné najít v mobilních telefonech. Byly identifikovány některé ekologicky škodlivé materiály, které však nejsou v současné době zakázány. Vzhledem k této studii vytvořila firma vlastní seznam zakázaných látek nad rámec těch, na které se vztahují právní normy. **Vysílá tím jasný signál pro snížení spotřeby materiálů, které jsou v průmyslové výrobě škodlivé k životnímu prostředí, napříč celým jejich dodavatelským řetězcem.**

NEKUPUJ, PRONAJMI SI!

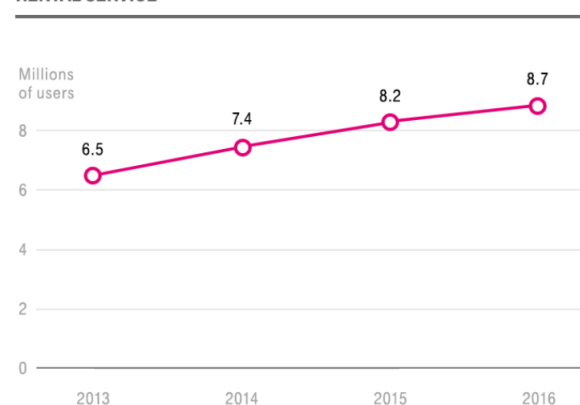
Deutsche Telekom rozjel tuto kampaň, aby se ujistil, že použité routery a přijímače vysílání neskončí jen tak v koši. **Služba pronájmu šetří zdroje, snižuje elektronický odpad a zabraňuje vzniku emisí CO2.** Zákazníci vrátí pronajatá zařízení, jakmile ukončí smlouvu. Tato zařízení se potom buď renovují a znovu pronajmou nebo řádně zrecyklují.

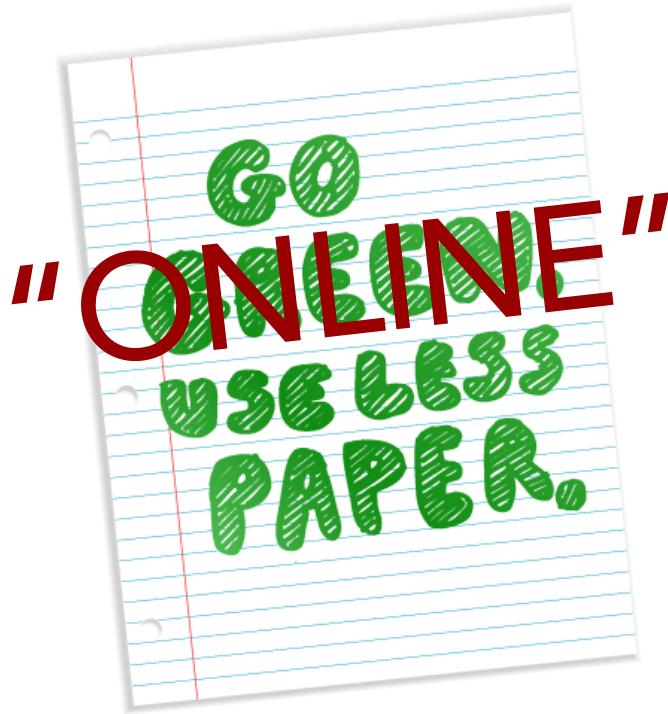
Na konci roku 2016 vzrostl počet lidí, kteří pronájem využívají, na 8,7 milionů.

SBĚR MOBILNÍCH TELEFONŮ

Sběr mobilních telefonů v Německu, Řecku a Nizozemsku postupně roste. V roce 2016 bylo vybráno 465 tisíc mobilních telefonů, což je výrazný nárůst oproti předchozímu roku, kdy jich bylo vybráno pouze 349 tisíc. Zatímco v roce 2014 se posbíralo méně než 290 000 a v roce 2013 okolo 167 000 zařízení.

NUMBER OF USERS OF THE ROUTER AND MEDIA RECEIVER RENTAL SERVICE





ONLINE FAKTURACE

Online fakturace je strategie, kterou Deutsche Telekom zavedl v roce 2009. Tento systém ušetří zhruba tři stránky za měsíc na každého zákazníka. To znamená, že milion zákazníků ušetří 240 metrů papíru, což představuje zhruba stejnou výšku jakou má televizní věž v Düsseldorfu. Online fakturace tak za rok ušetří více než 1500 tun papíru, což je váha asi 135 autobusů.

UDRŽITELNÉ PRODUKTY

Deutsche Telekom je první významnou telekomunikační společností, která na svých produktech používá ekologické označení BLUE ANGEL. Tímto renomovaným ekologickým štítkem je v Německu certifikováno 95 procent zařízení společnosti, které jsou připojeny k pevné síti.

Tato certifikovaná zařízení mají energeticky úsporné napájecí zdroje, které spotřebovávají o 60 % méně energie než digitální bezdrátové telefony s běžnými napájecími zdroji. Navíc si zákazníci mohou nastavit dosah a tedy i intenzitu samotných elektromagnetických polí. Kromě toho mají telefony vyměnitelné baterie a jejich plastové části neobsahují žádné škodlivé látky.



8. O FLAGSHIP

Tato studie byla vytvořena Flagship CSR Consultancy, první specializovanou agenturou v České Republice, která se zabývá strategií udržitelného rozvoje firem, společenskou odpovědností a nefinančním reportingem.

Flagship patří k pionýrům nefinančního reportingu v naší zemi a je partnerem Global Reporting Initiative (GRI), tvůrce standartů nefinančního reportingu, v České Republice a na Slovensku. Společnost je také členem globální organizace B Corporation sdružující firmy, které využívají podnikání k řešení ekologických a společenských a společenských problémů, jednají transparentně a odpovědně.

Flagship se vedle tvorby strategií udržitelnosti a přípravy nefinančních zpráv věnuje také implementaci CSR management systémů do společností. Jde o ISO 26000, UNGC, Pokyny OECD, SA 8000 a další.

“Tvoříme odpovědný byznys a tím měníme svět k lepšímu.”

Rádi se s Vámi spojíme, neváhejte nás kontaktovat na info@flagship.cz nebo nám zavolejte na +420 222 317 685.

www.flagship.cz