

Inklusive Produkte, Services und Initiativen¹

Wie können Vielfalt und Profit Hand in Hand gehen?

Michael Söllner

1. Warum ist Digitalisierung in der Branche wichtig?

Erleben, was verbindet. Die Kommunikation in einer modernen Gesellschaft, in der schnelles Internet sowohl zu Hause als auch unterwegs mittlerweile selbstverständlich ist, hat sich grundlegend geändert. Um Videos und Fotos mit dem Smartphone zu verschicken, Filme aus dem Internet herunterzuladen, Sportereignisse live am Handy zu verfolgen und sämtliche Eindrücke und Gedanken über Social Media mit Freunden zu teilen, müssen immer größere Datenmengen in immer größerer Geschwindigkeit transportiert werden. Dafür benötigt es Telekommunikationsunternehmen, die den Bedarf ihrer Kund*innen an Festnetz, Mobilfunk und Internetfernsehen decken, leistungsfähige Netze bereitstellen und eine sichere Speicherung und den Zugang zu allen privaten Daten gewährleisten. Daher gehört es zu den obersten Prioritäten moderner Telekommunikationsunternehmen, das Erlebnis einer Welt zu bieten, in der möglichst viele Menschen miteinander vernetzt und verbunden sind.

Die Digitalisierung ermöglicht es der Branche, die Kund*innenerfahrung immer weiter zu verbessern und neue innovative Dienstleistungen anzubieten. Durch die Verwendung neuer digitaler Technologien, können Unternehmen in der Telekommunikationsbranche ihre Netze opti-

¹ Workshop auf der #CDRK23 Konferenz unter dem Titel „Inklusive Produkte, Services und Initiativen: Wie können Vielfalt und Profit Hand in Hand gehen?“ – geleitet von Nina Hundhausen (Deutsche Telekom AG) und Deniz Taskiran (Telefónica Deutschland) und betreut von Michael Söllner (Universität Bayreuth). Der nachfolgende Beitrag ist im Rahmen eines Blockseminars „Ethik der Digitalisierung“ an der Universität Bayreuth entstanden und wurde durch den Workshop auf #CDRK23 Konferenz inspiriert.

mieren, Kosten und den Ressourcenverbrauch senken und flexibler auf die sich ständig verändernden Anforderungen des Marktes reagieren. Beispielsweise lässt sich durch die Automatisierung der Prozesse im Kund*innenservice die Kund*innenerfahrung verbessern, indem Chat-Bots oder KI-gestützte Systeme die Kund*innenanfragen schneller bearbeiten. Die Nutzung von Big Data-Analysen trägt hingegen dazu bei, dass sich mit Hilfe der Datenanalysen Engpässe schneller identifizieren lassen, Kapazitäten besser geplant werden und sich die allgemeine Netzwerkperformance verbessert. Zusammenfassend wird durch die Digitalisierung sichergestellt, dass Telekommunikationsunternehmen zukunftsfähig bleiben und weiterhin erfolgreich am Markt agieren können.

2. Welche Bedeutung hat Ethik der Digitalisierung in der Branche?

In einer von zunehmend digitaler Vernetzung geprägten Welt spielen die Unternehmen der Telekommunikationsbranche eine tragende Rolle in der Gestaltung einer vernetzten Zukunft und der Bereitstellung von Telekommunikationsdiensten. Neben ihrem Streben nach technologischer Innovation müssen sich die Unternehmen auch ihrer digitalen Verantwortung bewusst sein. Denn nur durch die Beachtung von ethischen Grundsätzen lässt sich das Vertrauen der Kund*innen, Mitarbeitenden, Lieferant*innen, Aktionär*innen und der Gesellschaft als Ganzes an die Branche aufrechterhalten und eine langfristige Beziehung aufbauen.

Digitale Ethik bedeutet deshalb mehr als nur die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften. Die Wahrung der Souveränität und die Unterstützung des Menschen steht im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie und beeinflusst maßgeblich die Art und Weise, wie digitale Technologien verantwortungsbewusst zum Wohle der Gesellschaft und des Einzelnen eingesetzt werden können. Es wird sich aktiv für Datenschutz und Datensicherheit und gegen den Missbrauch persönlicher Daten eingesetzt. Der Kund*in selbst sollen jederzeit die Kontrolle über ihre persönlichen Daten besitzen, was eine transparente, faire und verantwortungsvolle Entwicklung und Nutzung digitaler Lösungen voraussetzt.

Außerdem verfolgen Telekommunikationsunternehmen das Ziel der Integration aller Menschen in die digitale Gesellschaft. Die Unternehmen setzen sich für die Förderung der digitalen Teilhabe ein, sodass jede Person den Zugang zu den vielfältigen Möglichkeiten der Digitalisierung

erhält. Um dieses Ziel zu erreichen, engagieren sich die Konzerne in den Bereichen Breitbandinternetzugang für alle, digitale Bildung und Kompetenzförderung und bezahlbare Tarife und barrierefreie Technologien (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2024a). Dabei wird vor allem darauf geachtet, den Ausbau der Infrastruktur voranzutreiben, damit auch unterversorgte Regionen und ländliche Gebiete überall Zugang zu schnellem Internet haben. Außerdem werden Bildungsinitiativen von den Firmen unterstützt, die die Medienkompetenz fördern und dabei helfen, die digitale Kluft zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu überbrücken. Schließlich soll durch bezahlbare Tarife und barrierefreie Technologien sichergestellt werden, dass niemand aufgrund von finanziellen Hürden oder physischen Beeinträchtigungen daran gehindert wird, von den Möglichkeiten der Digitalisierung zu profitieren.

Die Telekommunikationsbranche fokussiert sich bei all ihren Bemühungen rund um digitale Verantwortung aber nicht nur auf ihre Kund*innen, auch an die Mitarbeitenden und die damit verbundene Zukunft der Arbeit in ihrem dynamischen Veränderungsprozess wird gedacht. Dabei wird sichergestellt, dass für alle Herausforderungen, die mit dem Veränderungsprozess der Arbeitswelt einhergehen, Lösungen gefunden werden, bei denen stets die Bedürfnisse der Mitarbeitenden berücksichtigt werden. Konkret geht es dabei um die Förderung von Flexibilität und Agilität, um die Etablierung flexibler Arbeitsmodelle, die es den Mitarbeitenden ermöglichen, Berufs- und Privatleben besser miteinander zu vereinen. Es geht aber auch um die Investition in die berufliche Weiterbildung der Belegschaft, damit sie mit dem technologischen Fortschritt, der immer neue Fähigkeiten und Kompetenzen erfordert, umgehen kann und in der Lage ist, alle damit einhergehenden Probleme und Herausforderungen zu lösen.

Telekommunikationsunternehmen engagieren sich darüber hinaus für den Klima- und Ressourcenschutz. Die Digitalisierung der Branche hat das Potenzial, entscheidend zur Bewältigung der Klimakrise beizutragen und durch digitale Lösungen positive Umweltauswirkungen zu erzielen. Smart-Home Produkte oder Internet of Things-Anwendungen helfen dabei, Energie einzusparen, Ressourcen zu schonen und die CO₂-Emissionen zu verringern.

3. An welchen Stellen und in welcher Form tritt Menschenzentrierung auf?

Die Relevanz der digitalen Ethik in der Telekommunikationsbranche geht mit einer Unternehmensstrategie einher, die menschenzentriert ist. Bei jeglichem technologischen Fortschritt oder dem Einsatz neuer

technischer Systeme muss stets der Mensch im Mittelpunkt des Handelns stehen. Telekommunikationsunternehmen wollen ihre Produkte und Dienstleistungen an ihre Kund*innen verkaufen. Dafür ist es unerlässlich, dass ihre Produkte auch an die Wünsche der Kund*innen angepasst sind und ihnen das bestmögliche Kund*innenerlebnis bieten. Beispielsweise kann bereits bei der Produktentwicklung auf die Barrierefreiheit der Dienstleistungen oder die intuitive Gestaltung der Benutzeroberflächen geachtet werden. Außerdem bedeutet Menschenzentrierung, die Sicherheit und Privatsphäre der Kund*innendaten zu respektieren. Da es sich teilweise um äußerst sensible Daten handelt, müssen diese stets verantwortungsvoll behandelt werden. Darüber hinaus sollten Telekommunikationsunternehmen ihre Kundenschaft transparent über ihre Datenschutzrichtlinien informieren.

Menschenzentrierung in der Telekommunikationsbranche führt aber auch dazu, dass die Arbeitsplätze und Arbeitsbedingungen im Interesse der Mitarbeitenden gestaltet werden, dass fair und respektvoll mit den Lieferant*innen umgegangen wird, dass sie angemessene Löhne erhalten und dass Umweltstandards eingehalten werden. Außerdem heißt Menschenzentrierung, Verantwortung für die Auswirkungen des eigenen Handelns auf die Gesellschaft zu übernehmen. Indem soziale Projekte unterstützt werden, Umweltschutzmaßnahmen ergriffen werden oder Bildungsprogramme gefördert werden, lässt sich die Zukunft der Gesellschaft im Allgemeinen aktiv mitgestalten.

4. Die Umsetzung im CDR-Kodex der Deutschen Telekom und von Telefonica

4.1 Die Unternehmen Deutsche Telekom AG und Telefónica Deutschland Holding AG

Die Deutsche Telekom AG, mit Sitz in Bonn, hat sich seit ihrer Gründung 1995 als eines der führenden Telekommunikationsunternehmen nicht nur in Deutschland, sondern weltweit etabliert. Das Unternehmen ist in über 50 Ländern vertreten und hat im Geschäftsjahr 2023 mit weltweit 199.652 Mitarbeitenden einen Umsatz von 112 Milliarden Euro erwirtschaftet (vgl. Deutsche Telekom AG 2024b). Die Deutsche Telekom zeichnet sich durch kontinuierliche Innovation und Investitionen in Forschung und Entwicklung aus. Den Kund*innen sollen dadurch stets erstklassige Dienste angeboten werden können, beispielsweise durch den Ausbau des 5G-Netzes in Deutschland, das die Grundlage für die nächste Generation der mobilen Kommunikation bildet.

Die Telefónica Deutschland Holding AG hat ihren Sitz in München und ist einer der führenden Telekommunikationsanbieter in Deutschland. Als Teil der weltweit agierenden Telefónica-Gruppe spricht das Unternehmen mit ihrem umfassenden Angebot an Mobilfunk- und Festnetzdiensten, die größtenteils über die Kernmarke O2 vertrieben werden, eine vielfältige Kund*innengruppe an (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2024c). In Deutschland beschäftigte die Telefónica Deutschland Holding AG 2023 7.500 Mitarbeitende und erzielte einen Umsatz von 8,6 Milliarden Euro (vgl. ebd.). Es wird großer Wert daraufgelegt, Kund*innen ihre Bedürfnissen entsprechend innovative Produkte und Dienstleistungen anzubieten. So nimmt Telefónica Deutschland beispielsweise eine Vorreiterrolle bei der Einführung von Tarifen mit unbegrenzten Daten und flexiblen Vertragsbedingungen ein.

Gleichzeitig setzen sich die Deutsche Telekom und die Telefónica Deutschland Holding AG aber auch für Nachhaltigkeit und digitale Verantwortung ein (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2024b). Die Unternehmen haben erkannt, dass mit zunehmender Digitalisierung auch neue Herausforderungen und Verantwortlichkeiten einhergehen. Deshalb ergreifen sie auch Maßnahmen, die sicherstellen, dass ihre Technologien ethisch verantwortungsbewusst eingesetzt werden. Das Hauptaugenmerk der Unternehmenspolitik liegt daher auf der Vereinbarkeit von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten, indem beispielsweise kontinuierlich daran gearbeitet wird, die CO₂-Emissionen zu verringern und Ressourcen effizienter zu nutzen. Darüber hinaus ist auch der Kampf gegen den digitalen Ausschluss ein zentraler Aspekt dieser Bemühungen. Die Unternehmen setzen sich dafür ein, dass jede Person, unabhängig ihres sozioökonomischen Hintergrunds oder geografischen Standorts, Zugang zu dem Erlebnis einer digitalen Welt erhält.

4.2 Grundverständnis Menschenzentrierung

Die Deutsche Telekom möchte „Verantwortung leben“, sowohl analog als auch digital. Hinter allen Stakeholdern des Unternehmens stehen an erster Stelle Menschen: Kund*innen, Mitarbeitende, Aktionär*innen, Partner*innen und die Gesellschaft als Ganzes (vgl. Deutsche Telekom AG 2023). Daher soll auch die Entwicklung und der Einsatz von Technologie nach menschenzentrierten Prinzipien erfolgen (vgl. Deutsche Telekom AG 2024a). Auch für Telefónica Deutschland ist die Digitalisierung für den Menschen da. Bei dem bemerkenswerten Tempo der digitalen Transformation ist die verantwortungsvolle Gestaltung des digitalen Wandels der zentrale Anspruch des Handelns von Telefónica. Valentina

Daiber, Chief Officer Legal & Corporate Affairs, betont, dass sich das Unternehmen dem Thema aus dem Gedanken heraus nähert, dass Technologie dem Menschen dienen muss und nicht umgekehrt. Zudem unterstreicht sie, dass der Mensch stets die oberste Instanz ist (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2023a).

Die Deutsche Telekom und Telefónica Deutschland bekennen sich zu einem Handeln nach geltendem Recht und Gesetz sowie zu der Integration digitaler Rechte in ihr tägliches Handeln. Darüber hinaus ist das Engagement zur Einhaltung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte ein weiteres zentrales Anliegen der beiden Unternehmen (vgl. Deutsche Telekom AG 2024c), genauso wie der Einsatz für digitale Souveränität, Diskriminierungsfreiheit und Meinungsfreiheit. Als Konzerne, die global operieren, legen sie zudem großen Wert auf kulturelle Vielfalt und den Respekt vor verschiedenen Werten und Traditionen (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2023a; Deutsche Telekom AG 2024a). Die Kombination all dieser Prinzipien trägt dazu bei, dass eine digitale Welt geschaffen wird, in der die Rechte und Freiheiten aller Menschen geschützt sind.

Beide Unternehmen sind Mitglieder der CDR-Initiative. Im Zuge dessen veröffentlichen sie jährlich ihren CDR-Bericht, in dem sie konkrete Maßnahmen ihres werte- und menschenorientierten Handelns darlegen. Die Handlungsfelder des Berichts strecken sich von dem Umgang mit Daten über Bildung, Klima- und Ressourcenschutz und Inklusion bis hin zur Mitarbeitenden-Einbindung. Telekommunikationsunternehmen stehen für die Vernetzung ihrer Kund*innen und für das Schaffen der Rahmenbedingungen, um sich sicher, schnell und selbstbewusst in der digitalen Welt bewegen zu können. Im Folgenden sollen deshalb vor allem Initiativen der Deutschen Telekom und Telefónica Deutschland vorgestellt werden, die der Förderung von Inklusion und Cyber-Sicherheit zuzuschreiben sind.

5. Beispiele guter Umsetzung des Prinzips Menschenzentrierung

5.1 Telekom School

Die „Telekom@School“ ist ein Infrastrukturprojekt der Deutschen Telekom, welches für Inklusion und digitale Bildung an Schulen steht (vgl. Deutsche Telekom AG 2024d). Dabei erhalten allgemein- und berufsbildende Schulen einen Internetzugang, der ihnen zu einem deutlich reduzierten Preis angeboten

wird (vgl. ebd.). Mit dieser Initiative schafft die Deutsche Telekom die Basis, allen Schulkindern das Lernen mit digitalen Medien zu ermöglichen und erlaubt eine effiziente und zukunftsfähige Organisation von schulischen Arbeits- und Lernprozessen. Die Kinder können im Unterricht oder in Schulprojekten mit den digitalen Medien arbeiten und werden so an diese herangeführt. Außerdem entsteht die Möglichkeit, Unterrichtsmaterialien wie Audio- und Videodateien oder animierte Grafiken zu nutzen, die sehr datenintensiv sind. Durch die „Telekom@School“ wird Chancengleichheit für alle Schüler*innen geschaffen, unabhängig von ihren individuellen Voraussetzungen und unterschiedlichen sozialen Hintergründen. Allen wird es ermöglicht, sich auf die Anforderungen einer digitalen Welt vorzubereiten und die dafür notwendigen Kompetenzen zu entwickeln. Des Weiteren werden die Schüler*innen dazu ermutigt, ihre individuellen Stärken und Interessen zu entdecken und ihr volles Potenzial zu entfalten. Nur so lassen sich die Probleme von morgen lösen, denn der sichere und geübte Umgang mit digitalen Medien ist eine Schlüsselkompetenz, die von der Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft verlangt wird. Die Deutsche Telekom möchte mit der „Telekom@School“ ihrer sozialen Verantwortung gerecht werden, die Inklusion an Bildungseinrichtungen vorantreiben und eine Gesellschaft aufbauen, die von Gleichberechtigung, Vielfalt und Wissensvermittlung geprägt ist.

5.2 Digital mobil im Alter

Während die „Telekom@School“ vor allem darauf abzielt, junge Leute für den Umgang mit digitalen Medien zu sensibilisieren gibt es auch andere Personengruppen, die durch die rasant voranschreitende Digitalisierung und die technischen Innovationen ausgeschlossen werden könnten. Das betrifft unter anderem physisch oder psychisch beeinträchtigte Personen, aber auch die Generation älterer Menschen. Hier ist es ebenso unerlässlich, Maßnahmen zu ergreifen, die die digitale Teilhabe verbessern.

Auch ältere Menschen stehen vor einer Herausforderung beim Umgang mit digitalen Geräten und Anwendungen. Oft fehlt es ihnen am Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, um den Umgang mit zum Beispiel einem Smartphone zu erlernen. Um dieser Problematik entgegenzuwirken und die digitale Teilhabe älterer Menschen zu fördern, hat Telefónica Deutschland zusammen mit der Stiftung Digitale Chancen die Initiative „Digital mobil im Alter“ ins Leben gerufen. Dabei werden die Senior*innen ermutigt, digitale Produkte zu verstehen, auszuprobieren und in ihren Alltag zu integrieren. Telefónica Deutschland bietet dazu im Rahmen der Initiative eine ganze Reihe von Aktivitäten und Angeboten an, die den Leuten dabei helfen sollen, einen sicheren Umgang mit

digitalen Geräten zu erlernen und ihre digitalen Fähigkeiten zu verbessern. Sie erhalten beispielsweise bei Schulungen und Workshops die Möglichkeit, Geräte wie Smartphones und Tablets unter Anleitung auszuprobieren und erhalten praktische Tipps und Anleitungen bei der Nutzung. Gerade in dieser Altersgruppe ist es von Bedeutung, die Initiative barrierefrei zu gestalten. Für ältere Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder Behinderungen ist die Teilhabe an der digitalen Welt besonders herausfordernd. Deshalb gibt es für die Senior*innen bei der Initiative eine persönliche Betreuung bei der Einrichtung ihrer digitalen Geräte, der Installation von Apps oder eine Erklärung, wenn gewisse Funktionen und ihre Wirkungsweise unklar sind. Außerdem wird durch „Digital mobil im Alter“ eine umfassende Sammlung von Informationsmaterialien und Ressourcen, wie gedruckte Broschüren, Online-Tutorials und andere informative Dienste, bereitgestellt, um die digitalen Fähigkeiten älterer Menschen zu stärken (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2024a). Gleichzeitig werden die Senior*innen aber auch über die Risiken im digitalen Raum aufgeklärt. Denn vor allem Desinformation, Fake-News und Betrugsversuche stellen für die ältere Generation eine Gefahr im Netz dar (vgl. ebd.). Insgesamt wird durch die Initiative „Digital mobil im Alter“ nicht nur das Wohlbefinden von älteren Menschen gefördert, indem sie mit Freunden und Familie in Kontakt bleiben, leichten Zugang zu Informationen erhalten und Online-Dienste nutzen können, die Förderung der digitalen Teilhabe trägt auch dazu bei, dass alle Generationen gleichermaßen von den Vorteilen einer digitalen Welt profitieren können.

Die “Telekom@School” und “Digital mobil im Alter” tragen ohne Zweifel zu einer Verbesserung der Inklusion in der digitalen Gesellschaft bei. Sie fördern die Medienkompetenz sowohl der jungen als auch der älteren Generation und unterstützen sie dabei, die Herausforderungen neuer digitaler Technik zu lösen. Diese beiden Initiativen konzentrieren sich auf die Bedürfnisse der Kund*innen der Unternehmen, allerdings ist es notwendig, dass die Bemühungen der Telekommunikationsbranche hinsichtlich Inklusion alle Stakeholder einbeziehen, und das könnte sich durchaus als eine Herausforderung erweisen. Die Stakeholder von Telekommunikationsunternehmen erstrecken sich über Kund*innen, Mitarbeitende, Aktionär*innen, Regulierungsbehörden bis hin zu Lieferanten. Jede dieser Gruppen hat andere Interessen und Erwartungen an das Unternehmen. Während dabei meist die Bedürfnisse der Kundschaft, der die Dienstleistung auch verkauft wird, im Fokus stehen, dürfen die anderen Stakeholder nicht vernachlässigt werden. Eine Problematik ergibt sich allerdings daraus, dass die verschiedenen Erwartungen der Stakeholder miteinander konkurrieren und sich auch widersprechen können. So können die Präferenzen

der Kund*innen nach niedrigen Preisen und hoher Servicequalität im Widerspruch zu denen der Aktionär*innen nach rentablen Renditen oder denen der Mitarbeitenden nach höherem Lohn und flexibleren Arbeitszeiten stehen. Wie es sich zeigt, kann es sich als durchaus schwierig darstellen, alle Stakeholder gleichermaßen zufriedenzustellen und die richtige Balance zu finden. Des Weiteren können Telekommunikationsunternehmen aufgrund ihrer Größe und Tradition bürokratische und hierarchische Strukturen aufweisen, die eine ganzheitliche Menschenzentrierung erschweren. Entscheidungen werden von oben nach unten getroffen, wodurch die Perspektiven und Ideen der Mitarbeiter an der Basis möglicherweise nicht ausreichend berücksichtigt werden. Es ist wichtig, eine Kultur der Offenheit und Zusammenarbeit zu fördern, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter gehört werden und ihre Eindrücke in die Unternehmensstrategie einfließen lassen können.

5.3 *„WAKE UP!“*

„Das Internet birgt viele Chancen, aber auch Gefahren für junge Menschen“, erklärt Claudia von Bothmer (Wake UP! 2024), Leiterin Corporate Responsibility bei Telefónica Deutschland. Gegen diese Gefahren versucht der Konzern durch die Initiative „WAKE UP!“ vorzugehen, indem er Jugendliche und deren Schulen bei der Präventionsarbeit unterstützt und dabei hilft, dass sich alle frei und sicher im digitalen Raum bewegen können. Schüler*innen, Lehrkräfte und Eltern werden bei „WAKE UP!“ durch eine Fülle von Angeboten über Themen wie Cybermobbing und Ausgrenzung aufgeklärt (vgl. Telefónica Deutschland Holding AG 2023b).

Durch digitale Unterrichtsmaterialien, Videoclips, Livestreams und Workshops wird ihnen aufgezeigt, wie zu einem fairen und respektvollen Umgang im Netz beigetragen werden kann und sich gegen digitale Gewalt geschützt werden kann. Insbesondere Cybermobbing ist bei Kindern und Jugendlichen bei all den Möglichkeiten, die durch die Digitalisierung geschaffen werden, zu einer ernsthaften Herausforderung geworden (vgl. ebd.). Diese Form der Belästigung und des Missbrauchs nutzt die Anonymität und Reichweite des Internets, um Menschen zu schaden. Die Täter*innen verstecken sich hinter ihren Bildschirmen und Pseudonymen, um ihre Opfer aus der Ferne anzugreifen, ohne in vielen Fällen jemals identifiziert zu werden und Konsequenzen befürchten zu müssen. Diese Form der Gewalt kann bei den Opfern zu emotionalen Schäden und langfristigen psychischen Beeinträchtigungen führen. Mit „WAKE UP!“ möchte Telefónica Deutschland dazu beitragen, dass sich junge Menschen nicht allein gelassen fühlen, die nötige

Medienkompetenz für den richtigen Umgang mit digitalen Technologien lernen und über die Auswirkungen von Cybermobbing aufgeklärt werden (vgl. ebd.).

Allerdings ist es nicht nur entscheidend, Jugendliche und Kinder frühzeitig über die Gefahren im Netz aufzuklären, auch die Telekommunikationsunternehmen selbst stehen in der Verantwortung, sich aktiv für die Sicherheit und den Schutz der Daten ihrer Kund*innen einzusetzen. Auf der einen Seite verfolgen Telekommunikationsunternehmen das Ziel, ihren Kund*innen maßgeschneiderte Dienstleistungen anzubieten, die genau auf deren Bedürfnisse angepasst und abgestimmt sind. Auf der anderen Seite werden die Unternehmen mit einer enormen Menge an Daten konfrontiert, deren Sammlung und Verarbeitung zunehmend an Komplexität zunimmt.

Diese Daten können äußerst sensibel sein, reichen sie doch von Nutzungsdaten bis hin zu persönlichen Informationen. Daher muss die Privatsphäre und Sicherheit der Kundschaft gewährleistet sein, vor allem im Hinblick auf die zunehmende Cyber-Kriminalität. Hackerangriffe, Datendiebstahl oder andere Formen von Straftaten im Netz bedrohen die Datensicherheit, weshalb es für Telekommunikationsunternehmen umso wichtiger ist, geeignete Sicherheitsmaßnahmen zu implementieren, um ihre Systeme vor Angriffen zu schützen und die Vertraulichkeit und Integrität ihrer Daten zu garantieren.

Ein wesentlicher Aspekt einer menschenzentrierten Unternehmensstrategie ist nämlich der Aufbau von Vertrauen und Transparenz zwischen dem Unternehmen und seinen Kund*innen. Telekommunikationsunternehmen müssen daher offen und transparent über ihre Datenschutz- und Sicherheitspraktiken kommunizieren, um das Vertrauen der Verbraucher*innen zu gewinnen und zu erhalten. Dies erfordert eine klare und verständliche Darstellung der Datenschutzrichtlinien, eine offene Kommunikation über die Art und Weise, wie Kund*innendaten verwendet werden sowie die Bereitstellung von Möglichkeiten für die Käufer*innen der Dienstleistungen, ihre Datenschutzeinstellungen zu kontrollieren und ihre Zustimmung zur Datennutzung zu geben. Oftmals ist es ein schmaler Grat, Datenschutz zu gewährleisten und gleichzeitig das Kund*innerlebnis und die Benutzerfreundlichkeit zu verbessern. Allerdings sollten Telekommunikationsunternehmen die Datensicherheit und die Privatsphäre ihrer Kund*innen immer als deren oberste Priorität angesehen werden. Denn nur so kann langfristiges Vertrauen aufgebaut und eine positive Beziehung aufrechterhalten werden.

6. *Fazit*

In der heutigen digitalen Gesellschaft bildet die Telekommunikationsbranche die Grundlage für die Vernetzung von Menschen und Geräten. Die Konzepte der Kund*innenorientierung und der Menschenzentrierung haben dabei zweifelsohne an Bedeutung gewonnen. Die Deutsche Telekom und Telefónica Deutschland haben sich dazu bekannt, die Bedürfnisse und Anforderungen aller Stakeholder, nicht nur die der Kund*innen, in den Mittelpunkt ihres Handelns zu stellen. Durch ihr Engagement in vielen unterschiedlichen Bereichen und Initiativen zeigen beide Unternehmen, dass sie ihre digitale Verantwortung ernst nehmen und ihren Beitrag zu einer sicheren, transparenten und innovativen digitalen Welt leisten, von der niemand ausgeschlossen werden soll.

Die Telekommunikationsbranche ist eine sehr wettbewerbsorientierte und gewinngetriebene Branche. Die Umsetzung einer menschenzentrierten Unternehmensstrategie erfordert die Einbindung aller relevanter Interessengruppen und Stakeholder in den Entwicklungsprozess der digitalen Ethikrichtlinien. Außerdem gilt es, die richtige Balance zu finden, wenn sich die Interessen und Erwartungen verschiedener Stakeholder widersprechen. Es ist herausfordernd, die Unternehmen, die Menschenzentrierung wirklich in ihrer Unternehmensstrategie verankert haben und ihre digitale Verantwortung proaktiv leben, von den Unternehmen zu unterscheiden, bei denen Menschenzentrierung als bloße Marketingstrategie angesehen wird und Gewinnmaximierung und finanzielle Interessen die treibenden Kräfte ihrer Entscheidungen sind. Beispielsweise darf bei der Inklusion von Kindern und Jugendlichen in die digitale Welt nicht die Intention sein, die jungen Leute frühzeitig an das Unternehmen zu binden und von in einigen Jahren finanziell von ihnen zu profitieren. Bei einer menschenzentrierten Unternehmensethik muss der Mensch und seine Bedürfnisse an erster Stelle stehen, weshalb das Erlernen digitaler Kompetenzen bei einer Initiative zur Inklusion von Kindern und Jugendlichen der Grund für das Engagement des Unternehmens in diesem Bereich sein sollte. Genauso wenig sollte sich für die Inklusion von älteren Menschen oder Menschen mit Behinderung nur wegen deren Kaufkraft eingesetzt werden. Bei diesen Personengruppen sollte es genauso darum gehen, dass alle Menschen von den Chancen der Digitalisierung profitieren dürfen.

Abschließend bleibt anzumerken, dass die Deutsche Telekom und Telefónica Deutschland als positive Beispiele bei der Umsetzung einer menschenzentrierten digitalen Ethik genannt werden können, da sie ernsthafte Bemühungen unternehmen, die Interessen aller ihrer Stakeholder zu verstehen und bestmöglich zu erfüllen, Sicherheit und Privatsphäre zu gewährleisten und die digitale Teilhabe zu

verbessern. All ihre Maßnahmen und Initiativen im Rahmen ihrer Unternehmenspolitik können zudem transparent zum Beispiel in ihrem jährlichen CDR-Maßnahmenbericht eingesehen werden, was zusätzliches Vertrauen und Sicherheit schafft. Für uns als Verbraucher*in ist es allerdings entscheidend, kritisch zu bleiben und die tatsächlichen Handlungen und Praktiken der Unternehmen stets zu hinterfragen. Nur so können wir mit dem rasanten Tempo der Digitalisierung Schritt halten und auch in Zukunft eine sichere, nachhaltige und menschenzentrierte digitale Welt erleben, die verbindet.

Literaturverzeichnis

Deutsche Telekom AG (2023): CDR-Kodex Maßnahmenbericht, Berlin.

- (2024a): Corporate Digital Responsibility, URL: <https://www.telekom.com/de/konzern/digitale-verantwortung/cdr> (aufgerufen am: 17/03/2024).
- (2024b): Führender digitaler Telekommunikations-Anbieter, URL: <https://www.telekom.com/de/konzern/konzern-profil/konzernprofil-624542> (aufgerufen am: 17/03/2024).
- (2024c): Menschenrechte, URL: <https://www.telekom.com/de/verantwortung/soziale-verantwortung/menschenrechte> (aufgerufen am: 17/03/2024).
- (2024d): Telekom@School vernetzt Schulen, URL: <https://www.telekom.com/de/verantwortung/details/telekom-school-vernetzt-schulen-337284> (aufgerufen am: 17/03/2024).

Telefónica Deutschland Holding AG (2023a): CDR-Kodex Maßnahmenbericht, Berlin.

- (2023b): Verantwortung im Netz: Mehr als 7.000 Schüler*innen zu Cybermobbing aufgeklärt, URL: <https://www.telefonica.de/news/corporate/2023/11/verantwortung-im-netz-mehr-als-7000-schuelerinnen-zu-cybermobbing-aufgeklaert.html> (aufgerufen am: 18/03/2024).
- (2024a): Digitale Teilhabe für ältere Menschen, URL: <https://www.telefonica.de/senioren.html> (aufgerufen am 18/03/2024).
- (2024b): Digitale Verantwortung, URL: <https://www.telefonica.de/nachhaltigkeit/digitale-verantwortung.html> (aufgerufen am: 18/03/2024).
- (2024c): Strategie und Fakten, URL: <https://www.telefonica.de/unternehmen/strategie-und-fakten.html> (aufgerufen am: 18/03/2024).

Wake UP! (2024): ÜBER UNS, URL: <https://www.wakeup.jetzt/ueber-das-projekt/> (aufgerufen am: 18/03/2024).