



BREMSE DES JAHRES 2009

### **Quittung für Datenskandale des Konzerns**

CHIP verleiht „Bremse des Jahres“ an Deutsche Telekom

**München, 6. März 2009 – Mit den jährlich verliehenen CHIP AWARDS würdigt das Technikmagazin CHIP Hersteller, die mit innovativen Produkten die IT-Branche voranbringen. Doch die Redaktion vergibt auch einen Preis, den keiner will: die „Bremse des Jahres“ – als Denkmäler an Unternehmen oder Institutionen, die den Fortschritt in der digitalen Welt blockieren. 2009 geht die Negativauszeichnung an die Deutsche Telekom. Nach Ansicht der CHIP-Redaktion gefährdet der Konzern durch seinen schlampigen Umgang mit sensiblen Kundendaten und durch skandalöse Schnüffelaktionen das Vertrauen in die digitale Kommunikation.**

Wie es in der Begründung für die Bremse heißt, sei die Telekom beileibe nicht der einzige Konzern, der mit Datenskandalen Negativschlagzeilen mache: „Doch beim einstigen Staatskonzern ist die Liste der Rechtswidrigkeiten, Schlampereien und Pannen besonders lang. Mal wurden Journalisten bespitzelt, dann die Telefonverbindungen der eigenen Aufsichtsräte kontrolliert. Mal ließen sich Daten von über 30 Millionen Telekom-Kunden über das Internet abrufen, dann kam die nächste Panne, bei der Namen, Adressen und Telefonnummern Tausender Neukunden im Web einsehbar waren.“

Der möglicherweise nur vorläufige Höhepunkt des Daten-Desasters sei im Oktober bekannt geworden, so die CHIP-Redaktion: „DVDs mit den Daten von 17 Millionen T-Mobile-Kunden lagen zwei Jahre lang bei einem Erotikhändler. Obwohl die Telekom davon wusste, unternahm sie nichts. Informationen für die betroffenen Kunden? Einschalten der Staatsanwaltschaft? Wenigstens der Versuch, die Datenträger zurückzubekommen? Fehlanzeige.“

Das Technikmagazin kritisiert auch die Kommunikationsstrategie des Unternehmens: „Statt aufzuklären, vertuschte die Konzernleitung und gab Informationen nur häppchenweise heraus - meist als Reaktion auf Medienberichte. Selbst als das ganze Ausmaß der Skandale bekannt war, verharmloste die Konzernspitze oder stellte sich selbst als Opfer dar.“ CHIP zitiert in diesem Zusammenhang Ado Wilhelm, der im Aufsichtsrat der mit betroffenen Konzerntochter T-Mobile sitzt und in einem Interview sagte: „Da verliert ja der letzte Kunde sein Vertrauen.“ Die Redaktion teilt nach eigenen Angaben Wilhelms Ansicht: „Mehr müssen wir als Begründung für die Verleihung der ‚Bremse des Jahres 2009‘ nicht hinzufügen.“

#### **HINTERGRUND: DIE „BREMSE DES JAHRES“**

Seit 2002 verleiht das Technikmagazin CHIP die „Bremse des Jahres“. Erster Preisträger war der Dachverband der deutschen Phonowirtschaft wegen seines Feldzugs gegen private Audiokopierer. Die Bremse 2003 kassierte das Industriekonsortium TCPA (heute TCG) für die Absicht, den PC der Zukunft mit fragwürdigen und schwer durchschaubaren Kontrolltechniken auszurüsten. 2004 bekam die Bundesagentur für Arbeit eine Bremse für ihr missratenes Jobportal im Internet. Im Jahr darauf ging die Negativauszeichnung an zwei Firmenkonsortien, die „Blu-ray Disc Association“ und die „HD-DVD Promotion Group“, die sich nicht auf einen gemeinsamen Standard fürs DVD-Nachfolgeformat einigen wollten. Die Bremse 2006 erhielt die Gebühreneinzugszentrale (GEZ) für ihren Plan, sämtliche internetfähigen Geräte mit Rundfunkgebühren zu belegen. 2007 wurde der Präsident des Bundeskriminalamts, Jörg Ziercke, wegen seines Lobbyismus für den sogenannten Bundestrojaner mit einer Bremse bedacht. Im Vorjahr schließlich ging die „Bremse des Jahres“ an Brigitte Zypries, die als Bundesministerin der Justiz die Einführung der Vorratsdatenspeicherung (VDS) in Deutschland politisch verantwortete.

#### **IHRE ANSPRECHPARTNERIN:**

Judith Berkemeyer  
Leiterin PR-Team  
Tel.: 089/7 46 42 - 143  
Fax: 089/7 46 42 - 274  
E-Mail: [jberkemeyer@chip.de](mailto:jberkemeyer@chip.de)  
[www.chip.de](http://www.chip.de)

## **ÜBER CHIP**

CHIP, das Magazin für die digitale Welt, bietet kritisch kompetente Informationen über technische Entwicklungen und stellt die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen infolge der Digitalisierung dar. CHIP erreicht 1,74 Millionen Leser pro Ausgabe und gehört damit zu den Spitzentiteln der IT- und Kommunikationsbranche. Das Magazin ist nicht nur in Deutschland erfolgreich: CHIP ist eine internationale Marke und derzeit in 15 Ländern Europas und Asiens vertreten. In vielen dieser Länder ist CHIP Markt- oder Meinungsführer.

Diese und weitere Presseinformationen von CHIP können Sie unter [www.chip.de/media](http://www.chip.de/media) abrufen.