

*Telefonica*

Deutschland

# MOBILE FREIHEIT VERANTWORTUNGSVOLL GESTALTEN

---

Corporate Responsibility Report 2017

# ÜBER DIESEN BERICHT

Corporate Responsibility (CR) prägt das unternehmerische Denken der Telefónica Deutschland Group und ist wichtiger Bestandteil unseres Handelns. In diesem CR-Report legen wir die zentralen Informationen unseres Nachhaltigkeitsengagements dar. Damit richten wir uns an alle unsere Stakeholder wie Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Aktionäre, politische Entscheidungsträger, Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und die interessierte Öffentlichkeit. Unseren letzten CR-Report veröffentlichten wir im Mai 2017.

## BERICHTSZEITRAUM UND -GRENZEN

Mit dem vorliegenden CR-Report erfassen wir das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2017. Der Bericht enthält darüber hinaus Informationen zu relevanten jahresübergreifenden CR-Aktivitäten, die außerhalb dieses Zeitraums liegen. Redaktionsschluss ist der 28. Februar 2018. Die angegebenen quantitativen Kennzahlen beziehen sich grundsätzlich auf die Telefónica Deutschland Group im Geschäftsjahr 2017. Davon abweichende Kennzahlen sind entsprechend gekennzeichnet.

## UMFASSENDE BERICHTERSTATTUNG NACH DEN GRI-STANDARDS

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Umfassend erstellt. Die Auswahl der Berichtsinhalte basiert auf dem Wesentlichkeitsprinzip und bezieht die entscheidenden Erwartungen unserer Stakeholder sowie die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit mit ein. Die Telefónica Deutschland Group entwickelt ihre CR-Strategie kontinuierlich weiter. Wesentlich ist dabei, dass diese auf allen Unternehmensebenen und entlang der Wertschöpfungskette verankert ist. Der CR-Report umfasst die Kapitel „CR-Management“, „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“ und „Umwelt und Klima schützen“, in denen wir Auskunft zu CR-Strategie, Maßnahmen, Ergebnissen und Zielen sowie Herausforderungen geben. In dem Kapitel „Daten & Fakten“ sind abschließend alle relevanten Kennzahlen aufgeführt. Der gesamte Bericht (inkl. Kennzahlentabelle und GRI Content Index) wurde von der externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) nach dem > ISAE 3000 revised Standard mit „limited assurance“ geprüft.

## BERICHTSFORMATE, BERICHTSZYKLUS UND ANSPRECHPARTNER

Die PDF-Version des CR-Reports 2017 sowie vorangegangene CR-Reports und weitere aktuelle Publikationen zu CR-Aktivitäten sind in deutscher und englischer Sprache unter > [www.telefonica.de/verantwortung](http://www.telefonica.de/verantwortung) verfügbar. Unser CR-Report erscheint auch zukünftig jährlich. Mit Hinweisen und Rückfragen können Leser unser CR-Team unter [cr-de@telefonica.com](mailto:cr-de@telefonica.com) kontaktieren. Unser gesonderter zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht der Telefónica Deutschland Holding AG für das Berichtsjahr 2017 steht in deutscher und englischer Sprache unter > [www.telefonica.de/nfe](http://www.telefonica.de/nfe) zum Download zur Verfügung. Damit kommen wir unserer Verpflichtung nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz nach und ergänzen unsere Lageberichterstattung um komprimierte Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsleistungen. Den aktuellen Geschäftsbericht finden Sie unter > [www.telefonica.de/investor-relations](http://www.telefonica.de/investor-relations).

### REDAKTIONELLE ANMERKUNG

Wir verwenden aus Gründen der besseren Lesbarkeit in der Regel nur die männliche Sprachform. Dessen ungeachtet sprechen wir alle Geschlechter an.

# INHALT

## > 1.0 EINFÜHRENDER TEIL

1.1	Vorwort	5
1.2	Unternehmensporträt	6

## > 2.0 CORPORATE RESPONSIBILITY MANAGEMENT

2.1	Business-Strategie	9
2.2	CR-Strategie	10
2.3	CR-Steuerung	12
2.4	Stakeholder-Engagement	14

## > 3.0 VERANTWORTLICH WIRTSCHAFTEN

3.1	Kundenzufriedenheit	18
3.2	Lieferantenmanagement	21
3.3	Telefónica als Arbeitgeber	24
3.4	Compliance	31

## > 4.0 LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

4.1	Nachhaltige Innovationen und Produkte	35
4.2	Digitale Inklusion	41
4.3	Datenschutz und Informationssicherheit	46
4.4	Kinder- und Jugendschutz	51

## > 5.0 UMWELT UND KLIMA SCHÜTZEN

5.1	Umweltmanagement	54
5.2	Energie & CO <sub>2</sub> -Reduktion	56
5.3	Ressourcenschutz	60
5.4	Mobilfunk und Gesundheit	62

## > 6.0 DATEN & FAKTEN

6.1	Kennzahlentabelle	64
6.2	Auszeichnungen	73
6.3	Mitgliedschaften	75
6.4	Wesentlichkeit nach GRI	77
6.5	CR-Ziele	80
6.6	Statement des Wirtschaftsprüfers	90
6.7	GRI Content Index	93
6.8	SDG-Erklärung	107
6.9	Impressum	108

Suche



1.0 **Einführender Teil**

1.1 Vorwort

1.2 Unternehmens-  
porträt

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# EINFÜHRENDE R TEIL





1.0 Einführender Teil

1.1 **Vorwort**

1.2 Unternehmens-  
porträt

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

Politik und Wirtschaft stehen in Deutschland vor einer großen Aufgabe. Es gilt, gemeinsam die richtigen Weichen für die Digitalisierung unseres Landes zu stellen. Unser Ziel ist dabei, diesen tiefgreifenden Wandel zum Wohl der Gesellschaft zu gestalten und die Chancen für künftiges Wachstum zu nutzen.

Die Telekommunikationsbranche hat dabei eine Schlüsselrolle. Als Unternehmen, das die meisten Kunden in Deutschland mit Mobilfunk verbindet, übernehmen wir Verantwortung. Wir setzen uns dafür ein, dass jeder Mensch Zugang zur digitalen Welt erhält und von ihren Möglichkeiten profitiert. Dafür arbeiten wir nicht nur an einem großen und modernen Mobilfunknetz, sondern stellen unsere Kunden in den Mittelpunkt unserer Agenda der digitalen Transformation. Sie sollen die Errungenschaften der Digitalisierung jederzeit und an jedem Ort nach ihren Wünschen und Bedürfnissen nutzen können. Genau das meinen wir, wenn wir von mobiler Freiheit sprechen.

Großes gesellschaftliches Potenzial haben auch unsere Lösungen und Anwendungen in den Wachstumsfeldern „Advanced Data Analytics“ und „Internet der Dinge“, die wir in unserer Tochtergesellschaft Telefónica NEXT bündeln. Wir richten dabei unseren Blick auf den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Mehrwert der Analyse großer Datenmengen, der

sich etwa in den Bereichen Umweltschutz, Gesundheit und Mobilität bietet. Damit sind Daten der Rohstoff der Zukunft – das macht sie so wertvoll und zugleich besonders schützenswert. Wir setzen uns gezielt dafür ein, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten und ihr digitales Leben souverän gestalten können. Wie wir Daten ausreichend schützen können und müssen, ist eine wichtige gesellschaftliche Frage, die wir aktiv mit unseren Stakeholdern diskutieren.

2017 konnten wir bei der Umsetzung unseres Responsible Business Plan 2020 wichtige Fortschritte erreichen. So haben wir über den Netzausbau und innovative Tarifkonzepte wie O<sub>2</sub> Free in die Kundenzufriedenheit investiert. Mit unseren Gesellschaftsprogrammen Think Big und „Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren“ haben wir auch 2017 wieder digitale Teilhabe für mehrere Tausend Jugendliche und ältere Menschen geschaffen.

Telefónica NEXT hat in deutschen Metropolregionen Pilotprojekte zur intelligenten Messung der Verkehrsströme durch Mobilfunkdaten realisiert, die zu einer besseren Luftqualität und effizienten Verkehrsplanung beitragen können. Für diese nachhaltigen Initiativen sind wir bereits mehrfach ausgezeichnet worden – das macht uns stolz. Umwelt- und Klimaschutz sind uns auch in unseren eigenen Prozessen besonders wichtig. Wir kaufen bereits heute 100 %



der Energie aus Grünstrom ein, die wir für unsere Netzwerke, Büros, Call-Center, Shops und Rechenzentren benötigen. Bereits seit mehr als 15 Jahren engagieren wir uns mit unseren Partnern NABU und AfB im Handyrecycling. 2017 haben wir mit über 76.000 Althandys rund 20 % mehr Geräte eingesammelt als im Vorjahr.

Dieser CR-Report macht deutlich, wie wir gemeinsam mit unseren Stakeholdern eine nachhaltige Entwicklung in einer digitalen Welt vorantreiben. Unser Weg zur mobilen Freiheit ist nur dann erfolgreich, wenn er verantwortungsvoll gestaltet wird. Wir freuen uns, dass Sie uns auf diesem Weg begleiten.

**Markus Haas**  
Chief Executive Officer (CEO)  
Vorstandsvorsitzender  
der Telefónica Deutschland  
Holding AG

**Valentina Daiber**  
Vorstand für Recht und  
Corporate Affairs der  
Telefónica Deutschland  
Holding AG





1.0 Einführender Teil

1.1 Vorwort

1.2 Unternehmens-  
porträt

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# TELEFÓNICA DEUTSCHLAND: MARKTFÜHRER UND SCHRITTMACHER IM MOBILFUNK



Die Telefónica Deutschland Group gehört mit über 47,6 Millionen Kundenanschlüssen zu den drei führenden integrierten Netzbetreibern in Deutschland. Wir bieten unseren Privat- und Geschäftskunden Post- und Prepaid-Mobilfunkprodukte sowie mobile Datendienste auf Basis der GPRS-, UMTS- und LTE-Technologie an. Ebenfalls gehören Festnetzprodukte wie DSL-Telefonie für Privatkunden sowie IP-Telefonie- und Vernetzungslösungen für Geschäftskunden zu unserem Angebot.

Um das Netzerlebnis über die Datennutzung per UMTS hinaus zu verbessern, haben wir unser LTE-Netzwerk weiter konsequent ausgebaut. Ende 2017 hat es eine Abdeckung von über 80% erreicht. Zudem konsolidieren wir fortlaufend unsere Netze und wollen dies bis spätestens Ende 2018 abschließen.

Uns leitet eine Mehrmarkenstrategie, um allen Kundenwünschen gerecht werden zu können. Die Kernmarke O<sub>2</sub> bietet unseren Privat- und Geschäftskunden eine große Bandbreite an hochwertigen Mobilfunk- und Festnetzprodukten, während internationale Konzernkunden über unsere Marke

Telefónica bedient werden. Zu unseren Zweitmarken zählen BLAU, AY YILDIZ und Ortel Mobile. Über strategische Partnerschaften bieten wir weitere Mobilfunkmarken an, beispielsweise ALDI TALK und Tchibo mobil. Unser Partnergeschäft ist eine wichtige Säule unseres Mehrmarkenansatzes. Unser Ziel ist es, über unsere Wholesale-Kanäle mit unseren Partnermarken weitere große Kundenkreise zu erreichen, die wir mit unserer Kernmarke O<sub>2</sub> und unseren Zweitmarken nicht ansprechen.

Unsere Kunden können aus einer vielfältigen Produktpalette auswählen, zu denen nicht nur Smartphones, sondern auch Virtual-Reality-Brillen und Smartwatches zählen. Als Verkaufskanäle nutzen wir unsere eigenen Läden, unabhängige Franchise- und Premium-Partner-Shops, Online- und Telesales sowie Kooperationen mit Einzelhändlern.

Im Geschäftsjahr 2017 erwirtschaftete die Telefónica Deutschland Group einen kombinierten Umsatz von 7,3 Mrd. EUR (2016: 7,5 Mrd. EUR) und beschäftigte insgesamt 8.665 Mitarbeiter (2016: 8.843 Mitarbeiter)<sup>1</sup>.

## DIE AKTUELLE UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Die Telefónica Deutschland Group gehört zur Telefónica, S.A. Group mit Sitz in Madrid, einem der weltweit größten Telekommunikationsunternehmen. Die Obergesellschaft Telefónica Deutschland Holding AG hat ihren Geschäftssitz in München und ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert sowie im TecDAX gelistet. Unter ihrem Dach ist unter anderem die 100%ige Tochtergesellschaft Telefónica Germany GmbH & Co. OHG operativ tätig. Als weiteres Tochterunternehmen agiert die Telefónica Germany NEXT GmbH in Berlin auf den Gebieten intelligente Datenanalysen und Internet of Things (IoT).

<sup>1</sup>Die Mitarbeiterzahlen für 2017 umfassen jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2017. Gleiches gilt für das Vorjahr. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht 2017 veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.281 (Vj. 9.476) Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.



UNSERE MARKEN DECKEN SÄMTLICHE MARKTSEGMENTE UND KUNDENBEDÜRFNISSE AB:

## GESCHÄFTSKUNDEN

Unternehmen  
und internationale  
Konzerne

*Telefónica*  
Deutschland

Selbstständige,  
kleine und mittlere  
Unternehmen

O<sub>2</sub>

## PRIVATKUNDEN

### EIGENE MARKEN

### PARTNERMARKEN

Kernmarke

O<sub>2</sub>

Zweitmarken

Blau

ortel  
MOBILE

ay yıldız

Selected brands

SUPER SELECT

ALDI TALK



mobilcom  
debitel

1&1 DRILLISCH



simfinity

TELE2



SUPER SELECT

NettoKOM  
Prepaid. Einfach. Günstig.



Suche 

1.0 Einführender Teil



2.0 **Corporate  
Responsibility  
Management**

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-  
Engagement

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# CORPORATE RESPONSIBILITY MANAGEMENT







# MOBILE FREIHEIT FÜR UNSERE KUNDEN

Gemeinsam mit Politik und Wirtschaft stellt die Telefónica Deutschland Group die Weichen für die Digitalisierung Deutschlands und schafft so die Voraussetzung für künftiges Wachstum. Als digitaler Kommunikationsanbieter und einer der drei führenden integrierten deutschen Netzbetreiber mit über 47,6 Millionen Kundenanschlüssen sind wir uns der Verantwortung für die Gestaltung dieses Wandels voll bewusst.

Wir wollen Motor der Digitalisierung sein und das digitale Leben der Menschen auf allen Gebieten bereichern. Als Mobilfunkanbieter mit den meisten Kundenanschlüssen verbindet in Deutschland kein anderer Netzbetreiber mehr Menschen im Mobilfunk als die Telefónica Deutschland Group. Unsere Vision ist es, das Leben unserer Kunden einfacher und besser zu machen und ihnen die mobile Freiheit in einer digitalen Welt zu ermöglichen. Unsere Unternehmensstrategie richten wir konsequent nach dieser Vision aus und lassen uns dabei von drei übergeordneten strategischen Prioritäten leiten:

Zunächst schaffen wir das Fundament für eine Optimierung des Kundenerlebnisses, indem wir die Integration abschließen und die grundlegenden Erfolgsfaktoren unseres Geschäfts optimieren. Dazu gehören insbesondere eine überzeugende Leistung in den Bereichen Netzwerk und Kundenservice sowie stabile IT-Systeme und eine schlagkräftige Organisation.

Unsere zweite Priorität besteht in der Transformation und Digitalisierung unseres Geschäfts, um ein überragendes Kundenerlebnis zu schaffen. Damit können wir uns als Mobile Customer & Digital Champion im deutschen Markt positionieren.

Daraus resultiert unsere dritte Priorität: Unsere Differenzierung im Kundenerlebnis in neues Wachstum zu übersetzen, welches sich in einer weiterhin positiven Entwicklung und Profitabilität sowie letztlich in einer überzeugenden Rendite für unsere Aktionäre zeigen wird.

## STARKES NETZ UND VIELFÄLTIGE PRODUKTE

Mit unserem Fokus auf mobile Freiheit richten wir uns konsequent am tatsächlichen Nutzen für unsere Kunden aus. Menschen wollen sich in der vernetzten Welt so frei wie möglich bewegen und wir ermöglichen es ihnen, die Errungenschaften der Digitalisierung jederzeit und überall so zu nutzen, wie es zu ihren Wünschen und Bedürfnissen passt. Dafür bieten wir neben unserem modernen und leistungsstarken Netz ein vielfältiges Produkt- und Markenportfolio, das die technischen Möglichkeiten der digitalen Welt mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis verbindet. Unter mobiler Freiheit ver-

stehen wir auch, dass jeder sein digitales Leben souverän gestalten kann. Deshalb stellen wir sicher, dass die Menschen zu jeder Zeit die Hoheit über ihre Daten behalten.

Schon heute übernehmen wir eine Schlüsselrolle in der digitalen Revolution. Für uns sind Daten der Rohstoff der Zukunft. Sie bilden die Grundlage für künftige technologiebasierte Anwendungen und sind besonders schützenswert. Unser Ziel ist es, verantwortungsvoll mit Daten umzugehen und zugleich Innovationen in den Bereichen intelligente Datenanalyse und Internet of Things voranzutreiben. Wir erschließen so die großen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Potenziale dieser beiden Wachstumsfelder und entwickeln dafür attraktive und wettbewerbsfähige Geschäftsmodelle.

Mit Telefónica NEXT arbeiten wir hier an Lösungen, die auf der Analyse großer Datenmengen und auf der Vernetzung im Internet der Dinge basieren, das bald fester Bestandteil unseres digitalen Alltags sein wird. So leisten wir einen wichtigen Beitrag für eine bessere Steuerung des Verkehrs in unseren Städten, stärken den stationären Einzelhandel und ermöglichen die Vernetzung von smarten Produkten.





1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

**2.2 CR-Strategie**

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-  
Engagement

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# CR-STRATEGIE MIT BLICK AUF AUF NEUE HERAUSFORDERUNGEN

Die CR-Strategie der Telefónica Deutschland Group verankert Corporate Responsibility entlang der Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen. Wir wollen den steigenden Erwartungen unserer Stakeholder, stärkerer externer Regulierung und unserem eigenen Anspruch als verantwortungsvoll handelndem Unternehmen gerecht werden und entwickeln daher unsere CR-Strategie kontinuierlich weiter. Mit digitalen Technologien können wir in besonderer Weise dazu beitragen, gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Nachhaltigkeit heißt für uns, bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Mensch, Gesellschaft und Umwelt im Blick zu behalten.

## STRATEGISCHE ENTWICKLUNG VORANGETRIEBEN

Bereits 2015 haben wir für das zusammengeführte Unternehmen eine CR-Strategie entwickelt und dafür eine Materialitätsanalyse durchgeführt, die sowohl eine Stakeholderbefragung als auch die Betrachtungen der Auswirkungen und die Business Relevance umfasste. Ergebnis war die Definition der drei CR-Schwerpunktfelder „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“

und „Umwelt und Klima schützen“ sowie von priorisierten CR-Themen entlang der Wertschöpfungskette.


## GEZIELT STEUERN MIT RESPONSIBLE BUSINESS PLAN

2016 haben wir auf Basis der vorangegangenen Materialitätsanalyse unseren Responsible Business Plan 2020 zur Steuerung und Messung unserer CR-Leistung implementiert. Dazu haben wir die priorisierten CR-Themen weiter fokussiert und in neun Oberthemen in den drei CR-Schwerpunktfeldern zusammengefasst. Für die drei Schwerpunktfelder haben wir übergreifende Ziele, unsere Ambitionen, bis zum Jahr 2020 aufgestellt. Zu jedem der neun CR-Themen haben wir klare Commitments formuliert und aussagekräftige Kennzahlen entwickelt. Über den Responsible Business Plan 2020 wurde bereits im CR-Report 2016 ausführlich berichtet.

Es ist unser Ziel, die Aktualität und Vollständigkeit unserer CR-Strategie sicherzustellen. Im Jahr 2017 haben wir die ermittelten Themen überprüft und Veränderungen hinsichtlich der Auswirkungen und der Relevanz erfasst. Die Ergebnisse haben wir in den Strategieprozess einfließen lassen.

## UMFANGREICHES REPORTING

Aus diesem Strategieprozess, der sowohl Stakeholdererwartungen als auch Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Geschäftsrelevanz reflektiert, leiten wir unsere Schwerpunkte für die CR-Berichterstattung ab. Für die Berichterstattung nach den GRI-Standards sind insbesondere die Perspektive der Stakeholder und unsere gesellschaftlichen Auswirkungen relevant. Im Kapitel „Daten & Fakten“ findet sich eine Wesentlichkeitsmatrix nach GRI, die diese kombinierte Betrachtungsweise berücksichtigt.

Gemäß den Vorgaben des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) haben wir einen  gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht 2017 erstellt. Für diesen Bericht sind die CR-Themen maßgeblich, auf die wir einen signifikanten Einfluss haben und bei denen eine hohe Geschäftsrelevanz vorliegt.

Die Telefónica Deutschland Group unterstützt mit der Umsetzung ihres Responsible Business Plan 2020 zudem aktiv die Erreichung der von der UN verabschiedeten Sustainable Development Goals (SDGs). Im Kapitel „Daten & Fakten“ zeigt eine tabellarische Zuordnung unsere Beiträge zu den SDGs in den Handlungsfeldern des Responsible Business Plan 2020.



Suche 

1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

**2.2 CR-Strategie**

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-  
Engagement

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen


6.0 Daten & Fakten

## ANALYSE UND MANAGEMENT VON CR-RISIKEN

Es ist unser Anspruch, die digitale Transformation verantwortungsbewusst und zum Wohl der Gesellschaft zu gestalten. Unsere Aufmerksamkeit gilt einerseits dem enormen Potenzial der Digitalisierung, aber auch den Herausforderungen und Risiken für Mensch und Umwelt.

Unser Risikomanagement hat die Aufgabe, diese frühzeitig zu erkennen und aktiv gegenzusteuern. Das Management von Risiken mit Nachhaltigkeitsbezug soll in Zukunft verstärkt als Teil des allgemeinen Risikomanagements der Telefónica Deutschland Group integriert werden.

Für das Geschäftsjahr 2017 wurden entsprechend den Anforderungen des CSR-RUG auch die aus Konzernsicht wesentlichen Risiken bezüglich ihrer Ver-

bindung zu den für den  nichtfinanziellen Bericht 2017 relevanten Sachverhalten analysiert. Daran schloss sich die Beurteilung der Risikoszenarien im Hinblick auf die Eintrittswahrscheinlichkeit und das Schadenspotenzial in Bezug auf die oben definierten nichtfinanziellen Themen an. Im Rahmen dieser Risikobetrachtung haben wir lediglich beim Themenfeld Kundenzufriedenheit ein Potenzial für wesentliche Risiken entsprechend des CSR-RUG identifiziert, denen wir mit umfassenden Maßnahmen begegnen.

## TELEFÓNICA'S RESPONSIBLE BUSINESS PLAN 2020

### VERANTWORTLICH WIRTSCHAFTEN

Wir sind ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder.

Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.



### LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen.

Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.



### UMWELT UND KLIMA SCHÜTZEN

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen.

Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.





1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

**2.3 CR-Steuerung**

2.4 Stakeholder-  
Engagement

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# CR-STRATEGIE ERFOLGREICH UMSETZEN

Die Abteilung Corporate Responsibility der Telefónica Deutschland Group entwickelt die CR-Strategie, die im Einklang mit der deutschen Unternehmensstrategie und der globalen CR-Strategie der Telefónica, S.A. Group steht. Der Vorstand erteilt nach einer Prüfung die Freigabe der CR-Strategie. Unter der Verantwortung des Vorstands für Recht und Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Holding AG steuert die CR-Abteilung die Aktivitäten übergreifend für alle Fachbereiche und Unternehmensstandorte gemäß den drei Schwerpunkten der CR-Strategie. Zudem überprüft sie die Erreichung der CR-Ziele und plant neue Maßnahmen.

## ABSTIMMUNG MIT EXTERNEN UND INTERNEN PARTNERN

Der enge Austausch mit Stakeholdern ist für die Telefónica Deutschland Group von besonderer Bedeutung und wird von der CR-Abteilung sowie relevanten Fachbereichen gepflegt. Ziel dieses kontinuierlichen Dialogs ist es, die Erwartungen an das Unternehmen zu erkennen und wichtige Themen sowie Trends frühzeitig zu identifizieren. Die Anliegen von Stakeholdern werden zudem vom

Senior Management im Rahmen von Strategie-Workshops bewertet und die Ergebnisse an den Vorstand berichtet.

Die Telefónica Deutschland Group stärkt auch weiterhin den unternehmensinternen Dialog. In Deutschland arbeiten die betreffenden Fachabteilungen mit der CR-Abteilung in unterschiedlichen Gremien eng zusammen, wie etwa dem CR-Committee sowie dem Umwelt- und dem Energie-Committee. Dabei steht die Bewertung von umgesetzten Projekten und Maßnahmen im Vordergrund. Zudem ist die Telefónica Deutschland Group bei übergreifenden Themen im Bereich Corporate Responsibility kontinuierlich mit der Telefónica, S.A. Group im Austausch.

## ZIELERREICHUNG DURCH KENNZAHLEN MESSEN

Der Vorstand ist die oberste Managementebene der Telefónica Deutschland Group. Als solcher prüft und verifiziert er die jährlich gemeinsam mit den Fachbereichen festgelegten CR-Ziele. Diese werden über unternehmensweit geltende Schlüsselkenn-

zahlen (Key Performance Indicators, KPIs) in unsere Steuerungsprozesse integriert. Zudem wurden für alle wesentlichen CR-Themen des Responsible Business Plan 2020 klare Commitments definiert, deren Inhalte nur durch einen Beschluss des Vorstands geändert werden können.

Die Zielerreichung wird in regelmäßiger Abstimmung mit dem Senior Management der beteiligten Fachbereiche überprüft. Außerdem werden die wichtigsten nichtfinanziellen Kennzahlen jährlich durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft verifiziert.

Die CR-Ziele der Telefónica Deutschland Group können nur gemeinsam mit unseren Mitarbeitern umgesetzt werden. Deshalb informieren wir sie nicht nur regelmäßig über unsere CR-Aktivitäten, sondern beziehen sie aktiv in unser Engagement mit ein. Eine große Verantwortung tragen auch unsere Lieferanten. Das Lieferantenmanagement der Telefónica Deutschland Group formuliert klare Anforderungen für eine nachhaltigere Wertschöpfung, besonders mit der Verankerung von ethischen, ökologischen, sozialen und datenschutzrechtlichen Kriterien in den Beschaffungsprozessen.



Suche 

1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

**2.3 CR-Steuerung**

2.4 Stakeholder-  
Engagement

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## CR-STEUERUNG BEI DER TELEFÓNICA DEUTSCHLAND GROUP





1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

**2.4 Stakeholder-  
Engagement**

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# NEUE IMPULSE DURCH STAKEHOLDERDIALOGE

Die Telefónica Deutschland Group hat den Anspruch, ein fairer und vertrauensvoller Partner für ihre Stakeholder zu sein. Für das Unternehmen sind der transparente Austausch und Dialog mit seinen Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten und allen weiteren Stakeholdern von hoher Bedeutung. Wir wollen das digitale Leben der Menschen mit innovativen Angeboten bereichern und dafür mehr über ihre Bedürfnisse erfahren. Zudem ist uns wichtig, die Auswirkungen unseres Handelns zu erkennen und unser Geschäftsmodell so weiterzuentwickeln, dass es auch der Gesellschaft im Ganzen nutzt. Die Grafik auf der übernächsten Seite verdeutlicht, wie die Stakeholder ihre Interessen an uns herantragen können und auf welchen Ebenen wir mit ihnen im Dialog stehen.

## DIGITALE CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN OFFEN DISKUTIEREN

Mobile Freiheit setzt digitale Selbstbestimmung, Datensouveränität und chancenorientiertes Wissen voraus. Die gesellschaftliche Debatte über die Rolle von Daten, künstliche Intelligenz und New Way of Work treiben wir im Telefónica BASECAMP. Wir möchten auf unterschiedlichste Weise mit den Kräften der Gesellschaft über Digitalisierung sprechen

und uns der Frage widmen „Wie wollen wir in der digitalen Welt leben und arbeiten und welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung?“. Dafür bieten wir eine Plattform für Debatten, Diskussion und Austausch.

Auch 2017 haben wir uns im Telefónica BASECAMP im Rahmen von verschiedenen Veranstaltungen mit der digitalen Gegenwart und Zukunft auseinandergesetzt. Dazu gehörte die Veranstaltungsreihe Data Debates mit unserem Kooperationspartner „Der Tagesspiegel“, die gekoppelt mit einer speziellen Themenseite wichtige Beiträge zur gesellschaftlichen Diskussion über die smarte Datennutzung zusammenführt. Hier werden monatlich gemeinsam mit Gästen, Publikum und der Online-Community Potenziale und Risiken des neu entstehenden Datenreservoirs erörtert. Im Zentrum der Auftaktveranstaltung mit Bundesinnenminister Thomas de Maizière stand etwa die Frage „Die Zukunft der digitalen Gesellschaft: Wohin entwickeln sich Freiheit und Privatsphäre?“.

Bei unserem 2017 gestarteten IoT-Brunch trafen sich in zweiwöchentlichem Rhythmus Entrepreneure, Entwickler und Interessierte zum Austausch über das Thema Internet of Things. Die Teilnehmer konnten in Workshops Trends, Demos und Sprecher aus IoT-Unternehmen kennen lernen und ihre Erfahrungen teilen.





1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

**2.4 Stakeholder-  
Engagement**

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

Die bereits seit acht Jahren bestehende politische Diskussionsrunde UdL Digital Talk brachte auch 2017 Menschen aus Politik, Wirtschaft und digitalem Leben zusammen. So ging etwa die SPD-Politikerin Katarina Barley gemeinsam mit netzpolitik.org-Redakteur Ingo Dachwitz der Frage nach, welchen Einfluss die sozialen Medien auf die gesellschaftliche Meinungsbildung haben. Bei einem weiteren UdL Digital Talk sprach sich CDU-Politiker Jens Spahn für eine Verwaltungsmodernisierung durch den Einsatz von Blockchains aus. Grünen-Politiker Robert Habeck und die Politikberaterin Valerie Mocker hingegen beschäftigten sich mit der aktuellen Diskussion zur Entscheidungshoheit bei der Nutzung von Daten.

## INNOVATIONEN PARTNER- SCHAFTLICH VORANTREIBEN

2017 fand der mittlerweile vierte Digital Innovation Day (DID) statt, den wir mit rund 700 Partnern, Experten, Start-up-Gründern, Kunden sowie weiteren interessierten Teilnehmern zu den Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung für Unternehmen gestaltet haben. Neben Technologien wie 5G und Narrowband IoT spielten auch Themen wie digitale Geschäftsmodelle, Big Data Analytics und IT-Security eine wichtige Rolle. Zudem wurde im Rahmen des DID der Digital Innovation Award verliehen. Diesmal setzte sich im Live-Voting des Publikums das britische Start-up Gideon mit seiner Smart-Home-Plattform durch, die eine zentrale Verwaltung von Geräten unterschiedlicher Hersteller unter einer einheitlichen Benutzeroberfläche ermöglicht.



## STUDIEN ZUR DIGITALEN ZUKUNFT

Wir fördern Studien und Umfragen, um gesellschaftliche Herausforderungen verstehen und in unseren Geschäftsprozessen besser adressieren zu können, beispielsweise die Belastung städtischer Verkehrssysteme. So hat 2017 eine Studie des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation IAQ in Kooperation mit Telefónica NEXT und Teralytics bestätigt, dass Mobilfunkdaten einen positiven Beitrag zur Verkehrsplanung leisten können. Basis waren Analysen anonymisierter und aggregierter Mobilfunkdaten für die Stadt Stuttgart, die konkrete Einblicke in das Mobilitätsverhalten der Bürger ermöglichten. Für die Studie stellte unser Unternehmen

als Forschungspartner die nötigen Mobilfunkdaten zur Verfügung.

Eine weitere Untersuchung erbrachte wichtige Erkenntnisse zum Nutzungsverhalten der Kunden in Bezug auf das zur Verfügung stehende Datenvolumen. Aus einer Befragung von insgesamt 1.001 Smartphone-Nutzern im Alter von 16 bis 39 Jahren ging hervor, dass diese sich vor allem größere Datenpakete für mehr mobile Freiheit wünschen. Ein wichtiges Fazit war, dass ein höheres Datenvolumen auch das Nutzungsverhalten verändert und dazu führen würde, dass Videos, TV-Angebote oder Musik viel häufiger von unterwegs aus gestreamt werden.



Suche



1.0 Einführender Teil



2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 **Stakeholder-  
Engagement**

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## TELEFÓNICA DEUTSCHLAND IM DIALOG MIT SEINEN STAKEHOLDERN

### KOMMUNEN

Zusammenarbeit im Rahmen des Netzausbaus

Konsensfindung zu Standorten

Gemeinsame Pilotprojekte zu Infrastrukturmaßnahmen

### EXTERNE INITIATIVEN

Kooperation mit Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zu CR-relevanten Themen

Teilnahme am Umweltpakt Bayern und am Klimapakt Münchner Wirtschaft

„Wir zusammen“ – Integrations-initiativen der Deutschen Wirtschaft

### KUNDEN

Kontakt über Shops, Hotlines, Chat, innovative Formate wie den „O<sub>2</sub> Pop-up“-Shop, Social Media, Foren

O<sub>2</sub> Gurus in den Shops, Hotlines, Kurzvideos, Online-Chat, Social Media und in Schulungen

Selfservices durch „Mein O<sub>2</sub> App“ und o2online.de

### INFLUENCER AUS DIGITAL-INDUSTRIE, WIRTSCHAFT UND WISSENSCHAFT

Telefónica BASECAMP mit Formaten wie „Data Debates“, „Digital Master-minds“ sowie „UdL Digital Talk“, um die gesellschaftliche Debatte über die Rolle von Daten, künstlicher Intelligenz und dem New Way of Work voranzutreiben

### SICHERHEITSBEHÖRDEN

Kooperation mit Justiz und Sicherheitsbehörden entsprechend den gesetzlichen Vorgaben



### LIEFERANTEN UND GESCHÄFTSPARTNER

Stetiger enger Austausch mit unseren Lieferanten auch auf Basis laufender Bewertungsergebnisse

Gelebte Feedbackkultur

### POLITIK, VERWALTUNG, WIRTSCHAFT UND VERBÄNDE

Regelmäßiger Austausch zum Beispiel mit kommunalen Spitzenverbänden, um Kommunen über den Netzausbau zu informieren

Regelmäßige Veranstaltungen zu aktuellen politischen Themen

UdL Digital Blog der Telefónica Deutschland Group

Mitgliedschaften in relevanten Verbänden

### SHAREHOLDER

Jährliche Hauptversammlung

Berichterstattung zum Quartal und zum Geschäftsjahr

Stakeholdermanagement Kapitalmarkt

Nichtfinanzieller Bericht und CR-Report

Nachhaltigkeitsratings

### MITARBEITER

Jährliche Mitarbeiterumfrage

Betriebsratsversammlung

Veranstaltungen wie „Vorstand im Dialog“ und „Kaffee & Croissant“ mit dem Vorstand

Intranettool „DigitalBrain“

Kommentarfunktion für Mitarbeiter im Intranet

### NGOs

Kooperationen und Wissenstransfer im Rahmen von Programmen wie Think Big (gemeinsam mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung gGmbH), Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren (gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen) und Handyrecycling (gemeinsam mit der gemeinnützigen AfB und dem NABU e. V.)

Austausch mit NGOs zu fachlichen und gesellschaftlichen Themen (BAUM e. V., NABU e. V., South Pole, UBA z. B. für Blauer Engel, Studienbegleitungen/-beteiligungen z. B. mit DUH oder Germanwatch e. V.)

Eine Auswahl unserer Mitgliedschaften und Kooperationen finden Sie [hier](#).





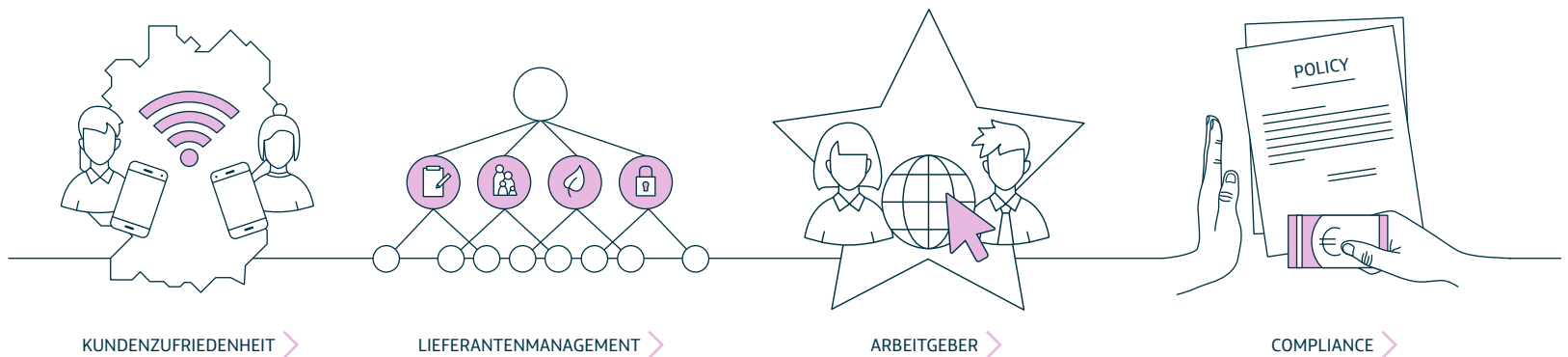


- 3.1 Kunden-  
zufriedenheit
- 3.2 Lieferanten-  
management
- 3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber
- 3.4 Compliance

# VERANTWORTLICH WIRTSCHAFTEN

## UNSERE AMBITION

Wir sind ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder. Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

**3.1 Kunden-  
zufriedenheit**

3.2 Lieferanten-  
management

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# INVESTITIONEN IN KUNDENZUFRIEDENHEIT

## COMMITMENT

**Wir bieten unseren Kunden das beste Produkt- und Serviceerlebnis, neueste Innovationen und eine moderne Netzinfrastruktur. Bis 2020 bieten wir einen der besten Kundenservices in der Branche mit hoher Kundenzufriedenheit.**

Telefónica Deutschland steht für mobile Freiheit in der digitalen Welt. Das ist für uns ein Kundenversprechen, das wir langfristig geben und dem sich das ganze Unternehmen verpflichtet fühlt. Unseren Kunden wollen wir damit die Möglichkeit geben, ihr digitales Leben selbstbestimmt nach den eigenen Wünschen, Vorlieben und Gewohnheiten zu gestalten. Mobile Freiheit heißt aber zugleich, dass die Menschen souverän über die Verwendung ihrer Daten entscheiden können.

Unsere Angebote und Lösungen für die mobile Freiheit sind die Basis für die Zufriedenheit unserer Kunden, die entscheidend für den Erfolg unseres Unternehmens ist. Wir verfolgen daher konsequent unser Ziel, ein überragendes Kundenerlebnis zu schaffen und uns so als Mobile Customer & Digital Champion im deutschen Markt zu positionieren.

Dafür wollen wir unsere Marken optimal an den Kundenbedürfnissen ausrichten und neue

Privat-, Partner- sowie Geschäftskunden für unsere Produkte und Services gewinnen. Ein fairer und respektvoller Umgang mit unseren Kunden ist uns dabei besonders wichtig. Das gilt auch angesichts von Herausforderungen wie des erhöhten Informationsbedarfs mit längeren Hotline-Wartezeiten, die sich aus der Markenmigration von BASE und E-Plus ergeben haben. Im Interesse der Kundenzufriedenheit liegt unser Fokus außer auf der Netzqualität, dem Preis-Leistungs-Verhältnis und der Produktqualität auch auf dem Angebot innovativer Marken sowie auf der Servicequalität. Deshalb optimieren wir neben der Qualität unseres Kundenservices auch die digitalen Kontaktmöglichkeiten für unsere Kunden und treiben die Digitalisierung zielstrebig voran.

2017 haben wir intensiv an der verbesserten Erreichbarkeit unserer Hotlines gearbeitet, indem wir die Mitarbeiterzahl deutlich aufgestockt und die technisch bedingten Ausfallzeiten durch eine höhere Systemstabilität in den Callcentern reduziert haben. Parallel haben wir die Möglichkeiten zur Nutzung digitaler Selfservices erweitert und entwickeln diese kontinuierlich weiter. Indem Kunden für einfache Anliegen zunehmend die digitalen Selfservices nutzen, haben unsere Agents an den Hotlines mehr Zeit, um sich auf komplexe Anfragen unserer Kunden zu konzentrieren.

## KUNDENZUFRIEDENHEIT MIT KENNZAHLEN MESSEN

Um die Kundenzufriedenheit zu messen, nutzen wir den Net Promoter Score (NPS) und den Customer Satisfaction Index (CSI) als zentrale Leistungsindikatoren. Der NPS zeigt die Bereitschaft des Kunden, eine Marke weiterzuempfehlen, und spiegelt so die ganzheitliche Zufriedenheit mit der Marke sowie ihren Produkten und Leistungen wider. Aufgrund der Bedeutung dieses KPIs haben wir im Sommer 2017 eine NPS Task Force gegründet mit dem Ziel, den NPS-Wert kontinuierlich zu verbessern. Dazu wurde ein umfangreicher Maßnahmenkatalog zur Optimierung von NPS entwickelt, dessen Status und Erfolge im regelmäßigen Turnus im B2C-Führungskreis diskutiert, bewertet und entsprechend nachgehalten werden.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 **Kunden-  
zufriedenheit**

3.2 Lieferanten-  
management

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

Für die Messung der Kundenzufriedenheit nutzen wir zudem den Customer Satisfaction Index – eine extern durchgeführte, telefonische Befragung von unseren Privatkunden und denen der Wettbewerber. Die Erhebung erfolgt mehrmals im Jahr nach genau definierten Kriterien. Der Ergebniswert wird auf einer Bewertungsskala von 1 bis 10 abgebildet. Unser Ziel ist es, den CSI-Wert von 7,18 aus dem Jahr 2017 zu stabilisieren und langfristig jedes Jahr zu erhöhen.

Durch den Zusammenschluss der E-Plus Gruppe und der Telefónica Deutschland Group lag unser Fokus auch 2017 auf Kundenmigration, Integration und Netzbau mit teilweise unvermeidbaren temporären Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit. Trotz der Herausforderungen des Unternehmenszusammenschlusses konnte 2017 die Postpaid-Kunden-Abwanderungsrate (Churn Rate excl. M2M) im Vergleich zum Vorjahr stabil gehalten werden (2016: 1,6 %), die wir gleichfalls als wichtige Kennzahl für die Kundenzufriedenheit erheben.

## „PERSÖNLICH. LIVE. DIGITAL.“: KUNDENDIALOG AUF ALLEN KANÄLEN

Wir wollen, dass unsere Kunden bei jedem Serviceanliegen den von ihnen bevorzugten verfügbaren Kanal wählen können – ob online, telefonisch, per Brief, Chat, direkt vor Ort, über Social-Media-Plattformen oder das Print- und Online-Magazin YouCanDo als zusätzlichen Informationskanal.

Wir wollen die Digitalisierung der von uns angebotenen Serviceformate noch stärker vorantreiben und so die Online User Experience für unsere Kunden weiter verbessern. Dabei bauen wir die Serviceange-

bote im Selfservice-Bereich sowohl auf unseren Websites als auch innerhalb unserer Apps kontinuierlich aus, analysieren die Möglichkeiten zur Nutzung neuer innovativer Kanäle und setzen unser digitales Maßnahmenprogramm schrittweise um. Mit der O<sub>2</sub> Helpbox an ausgesuchten Standorten haben die Nutzer beispielsweise die Möglichkeit, unsere Kundenbetreuer in einem Videochat persönlich zu sprechen und sich zu der gesamten Produktpalette beraten lassen.

Nach wie vor sind unsere O<sub>2</sub> Shops und Partner-Shops Dreh- und Angelpunkte für den Dialog mit unseren Kunden. Mit unserem neuen Shop-Konzept „Store of the Future“ laden wir unsere Kunden ein, mit Live-Anwendungen vor Ort die faszinierenden Möglichkeiten der digitalen Welt zu entdecken. Eine feste Größe im Kundendialog bilden zudem unsere > O<sub>2</sub> Gurus, die in den Shops und online wichtige persönliche Ratgeber und Begleiter für das digitale Leben sind.

Um die Zufriedenheit unserer Kunden zu erhöhen, wollen wir eingehende Beschwerden so schnell wie möglich und entsprechend unseren Qualitätsstandards bearbeiten. Direktes Feedback zu unserem Kundenservice erhalten wir online über die FIT-Umfrage (FIT = Feedback & Insight Tool). Sie ermöglicht uns, die Zufriedenheit unmittelbar abzufragen und mit dem Kunden in einen direkten Austausch zu treten.

Um ungelöste Kundenanliegen als stärksten Treiber von Unzufriedenheit anzugehen, haben wir im Jahr 2016 einen FIT-Recall-Prozess entwickelt, der bereits in einigen Bereichen umgesetzt wurde und in anderen zurzeit getestet wird. Dabei handelt es sich um einen Rückrufprozess für Kunden, die in der Zufriedenheitsbefragung (FIT) angeben, dass das vorliegende Problem nicht gelöst worden ist.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 **Kunden-  
zufriedenheit**

3.2 Lieferanten-  
management

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

Bei den telefonisch eingehenden Beschwerden analysieren und identifizieren wir die Anrufgründe und Kundenwünsche über eine automatisierte Sprachanalyse. Damit können Anrufursachen systematisch erfasst und behoben werden. An das Kundengespräch schließt sich ein Prozess an, über den die Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge und Kundenwünsche in das Unternehmen zurückspielen können. Diese werden im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses analysiert und auf Umsetzungsmöglichkeiten geprüft.

Zur weiteren Verbesserung haben wir mithilfe einer Callback-Engine unsere bestehenden Kontaktkanäle nun um eine zusätzliche Rückruffunktionalität zum Wunschtermin rund um alle Mobilfunkvertragsfragen erweitert. Diese haben wir 2017 mit ausgewählten Postpaidkunden getestet.

## NETZ- UND SERVICEQUALITÄT AUSBAUEN

Als wichtige Einflussfaktoren für eine höhere Kundenzufriedenheit sehen wir einen guten Kundenservice sowie ein ständig verfügbares Mobilfunk- und Festnetz an, denn unsere Privat- und Geschäftskunden vertrauen auf die Zuverlässigkeit unserer Leistungen und darauf, dass insbesondere Störfälle in den Netzen zügig behoben werden. Anderenfalls besteht das Risiko negativer Auswirkungen auf unsere Kunden. Wir minimieren diese Risiken, indem wir ein umfassendes Monitoring unserer Netzwerkelemente sicherstellen und weiterhin in die Netzinfrastruktur investieren.

Für die effiziente Überwachung und Entstörung des Mobilfunk- und Festnetzes ist eine spezialisierte

Abteilung verantwortlich. Zu ihren Hauptaufgaben gehört es, die Auswirkungen von Arbeiten im Netz für die Kunden so gering wie möglich zu halten, Kundenbeschwerden zu analysieren und Ausfälle schnellstmöglich zu beheben. Die internen Prozesse werden unter Berücksichtigung der technischen Rahmenbedingungen von den einzelnen Fachabteilungen kontinuierlich optimiert.

Die Netzintegration wurde im Jahr 2017 konsequent weiter vorangetrieben und Netzoptimierungsmaßnahmen werden mit dem Ziel umgesetzt, ein voll integriertes, mobiles High-Speed-Netz zu schaffen. Das neue Mobilfunknetz der Telefónica Deutschland Group soll die besten Standorte nutzen und die Versorgungsqualität verbessern. Am Ende soll eine optimale Netzinfrastruktur stehen, die konsequent am Kundennutzen ausgerichtet ist.

Bei der Analyse und Qualitätsmessung des Netzes arbeiten wir mit einem neuen Mess-Tool. Mit diesem von unserem Partner Huawei entwickelten Tool ist es möglich, die Datennutzung unserer Kunden technisch und qualitativ besser nachzuvollziehen – in Echtzeit und flächendeckend. Diese Informationen ermöglichen uns, die Ursache von Empfangseinschränkungen oder den Mehrbedarf an Kapazitäten an einem Mobilfunkstandort früher zu erkennen und direkte Maßnahmen einzuleiten.

## INTEGRATIONSPROJEKT ERFOLGREICH GESTALTET

Ein weiterer Meilenstein in der Integration unseres Unternehmens war der Abschluss der Zusammenführung aller Privatkunden von O<sub>2</sub> und E-Plus auf einer gemeinsamen technischen Kundenplattform



jeweils für Prepaid- und Postpaid-Kunden. Die Überführung von Prepaid- und Postpaid-Kunden in zweistelliger Millionenzahl in ein gemeinsames Kundensystem ist das bisher größte Migrationsprojekt dieser Art in Europa.

Im Zuge der technischen Zusammenführung haben wir auch das Markenportfolio entlang einer fokussierten Mehrmarkenstrategie neu ausgerichtet. Dabei sind die Kundenanschlüsse der Marken E-Plus und BASE auf die Kernmarke O<sub>2</sub> umgestellt worden. Bei allen Prozessen achten wir besonders darauf, dass die Kunden ihre zugesicherten Leistungen unverändert erhalten und von den O<sub>2</sub> Angeboten profitieren können.



# NACHHALTIGKEIT IN DER LIEFERKETTE STÄRKEN

## COMMITMENT

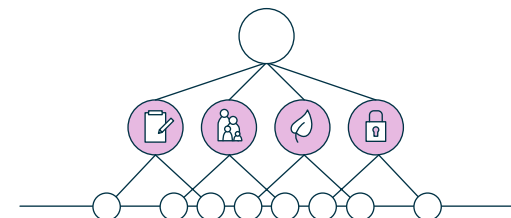
Wir fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement. Bis 2020 werden in 100 % der Einkaufsvorgänge mit unseren wichtigsten Lieferanten CR-Kriterien berücksichtigt.

Wir verpflichten uns zu einem nachhaltigen Beschaffungs- und Lieferantenmanagement, das neben der Einhaltung von Qualitätsstandards bei den Produkten und Dienstleistungen auch ethische, soziale, ökologische und datenschutzbezogene Kriterien erfüllt. Wir erwarten ein solches Engagement auch von unseren Lieferanten und streben durch faire Partnerschaften eine langfristige Zusammenarbeit mit ihnen an.

Die Prozesse rund um den Einkauf von Waren und Dienstleistungen steuert die Telefónica Global Services GmbH (TGS) als Tochtergesellschaft der Telefónica, S.A. Group<sup>1</sup>. Sie arbeitet auf diesem Gebiet weltweit mit den Ländergesellschaften des Konzerns zusammen und stimmt sich kontinuierlich zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette mit den Abteilungen Corporate Responsibility, Compliance, Legal und Datenschutz der Telefónica Deutschland Group ab. Die TGS verantwortet auch den Registrierungsprozess für neue Lieferanten.

Wir setzen uns als Mitglied in internationalen Multi-Stakeholder-Initiativen für mehr Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette ein, z. B. im Rahmen der Global e-Sustainability Initiative (GeSI), der Responsible Business Alliance (RBA, ehemals

Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) und der Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA). Über die Telefónica, S.A. Group gehören wir der Joint Audit Cooperation (JAC) an, in der die weltweit größten Telekommunikationsunternehmen vereinigt sind. Ihr Hauptanliegen ist neben dem Erfahrungsaustausch die effiziente und einheitliche Durchführung von Lieferantenaudits für alle Mitgliedsunternehmen auf globaler Ebene.



LIEFERKETTE	EINHEIT	2015	2016	2017
Lieferanten	Anzahl	828	992	888
davon: Lieferanten in Deutschland	Anzahl	597	633	617
Anteil der neuen Lieferanten, die auf ökologische Kriterien, Arbeitsbedingungen und Menschenrechte bewertet wurden.	%	0	100	100
Anzahl von Lieferantenbewertungen (SUMA)	Anzahl	41	43	56

Eine ausführliche Darstellung der Kennzahlen der Lieferkette findet sich [hier](#).

<sup>1</sup>Hinzu kommen definierte Beschaffungsvorgänge, die die Fachabteilungen direkt vornehmen, ohne Beteiligung von TGS.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

**3.2 Lieferanten-  
management**

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## MINDESTANFORDERUNGEN FÜR VERANTWORTLICHES WIRTSCHAFTEN, DIE IN DER SUPPLY CHAIN SUSTAINABILITY POLICY DEFINIERT WERDEN:



### ETHISCHE KRITERIEN

Einhaltung internationaler Abkommen,  
nationaler und lokaler Gesetze

Verbot von Korruption, Erpressung und  
Bestechung

Vermeidung von Interessenkonflikten



### SOZIALE KRITERIEN

Anerkanntes Arbeitsverhältnis

Arbeitszeitregelung

Angemessene Löhne und Gehälter

Verbot von Zwangsarbeit und  
Menschenhandel

Ausschluss von Kinderarbeit

Vereinigungsfreiheit und Recht auf  
Kollektivverhandlungen

Nichtdiskriminierung

Sicherheits- und Gesundheitsbedingungen

Ausschluss von Konfliktmineralien



### UMWELTKRITERIEN

Einhaltung aller Gesetze

Lebenszyklus und präventives Handeln

Dokumentierte Umweltpolitik

Umweltmanagement gemäß  
ISO 14001

Maßnahmen gegen Klimawandel

Abfallmanagement

Umgang mit gefährlichen Substanzen  
und chemischen Produkten

Ökologische Effizienz beim Verbrauch von  
Materialien, Ressourcen und Emissionen



### DATENSCHUTZ UND VERTRAULICHE INFORMATIONEN

Regeln zum Schutz von Daten

Technische und organisatorische  
Maßnahmen

## SUPPLY CHAIN SUSTAINABILITY POLICY ADRESSIERT NEUE HERAUSFORDERUNGEN

Grundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist die [Supply Chain Sustainability Policy](#). Sie folgt unseren Geschäftsgrundsätzen und orientiert sich an den wichtigsten internationalen Verträgen und Standards wie der UN-Menschenrechtscharta, den Abkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), den Richtlinien der OECD, den ISO-Normen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und den UN Sustainable Development Goals.

Anfang 2017 wurde unsere überarbeitete Supply Chain Sustainability Policy vom Vorstand verabschiedet und in die ebenfalls aktualisierte Einkaufsrichtlinie integriert. Zu den wichtigsten neu aufgenommenen Themen zählen beispielsweise Datenschutz und Antikorruption. Im Rahmen der weiteren Implementierung bis 2020 werden wir uns auf die gezielte Kommunikation an unsere Lieferanten, die Anwendung auf alle Produkte und Dienstleistungen der Lieferkette und die wirksame Steuerung der Einkaufsprozesse der TGS, der Fachabteilungen, der CR-Abteilung sowie der Lieferantenkontrakte konzentrieren. Einen besonderen Fokus legen wir auf die interne

Kommunikation über Schulungen oder Intranetformate, die sich an alle beteiligten Mitarbeiter richten.

Wir haben damit begonnen, unsere Lieferanten zur Einhaltung der von uns gestellten Mindestanforderungen und zu deren Weitergabe an ihre Subunternehmer zu verpflichten. Nach Abschluss dieses Prozesses erwarten wir von ihnen, die Erfüllung der Vorgaben jederzeit nachweisen zu können.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

**3.2 Lieferanten-  
management**

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## SCHUTZ DER MENSCHENRECHTE IN DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Wir achten und schützen die Menschenrechte. In unseren Geschäftsgrundsätzen bekennen wir uns zur Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen und zu den Erklärungen der International Labour Organisation (ILO). Unser Engagement gilt der Wahrung der Chancengleichheit und der Gleichbehandlung aller Menschen unabhängig von Rasse, Hautfarbe, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Geschlecht oder sexueller Orientierung. Wir lehnen jede Form von Kinder- oder Zwangsarbeit ab und respektieren das Recht auf Zugehörigkeit zu einer gewerkschaftlichen Organisation. Unser integriertes Compliance-Management-System (CMS) soll die Erfüllung dieser Prinzipien sichern.

Unsere Lieferanten beziehen wir angesichts vielfältiger Herausforderungen in der globalen Lieferkette in unsere Aktivitäten zum Schutz der Menschenrechte mit ein. Wir haben dieses Thema in unserer aktualisierten Supply Chain Sustainability Policy gezielt adressiert und mit strengeren Vorgaben verknüpft. Unsere Haltung unterstreichen wir mit dem Engagement in Brancheninitiativen, die sich der Einhaltung von Menschenrechten verpflichtet haben, wie etwa der Joint Audit Cooperation.

## BESCHAFFUNGSMANAGEMENT VERANTWORTUNGSBEWUSST STEUERN

Das Beschaffungsmanagement und die Partnerschaft mit unseren Lieferanten beruhen auf unseren Geschäftsgrundsätzen und den Prinzipien Integrität,

Engagement und Transparenz. Für mehr Nachhaltigkeit im Beschaffungsprozess legen wir Wert auf die Einhaltung der Mindestanforderungen für verantwortungsvolles Wirtschaften ebenso wie auf Effizienz und Innovation, gestützt auf neue Technologien und eine möglichst weitgehende Digitalisierung des Beschaffungsprozesses.

Für die Lieferantenbewertung und Auftragsvergabe setzen wir mit SUMA (Supplier Management) ein standardisiertes Tool ein, das neben Kosten- und Qualitätsmaßstäben auch soziale, ökologische und ökonomische Kriterien umfasst. 2017 haben wir 34 Zulieferunternehmen mit 56 Bewertungen im Rahmen des SUMA-Prozesses geprüft. Im Anschluss an die Bewertung legen wir Verbesserungsmaßnahmen fest und überprüfen deren Erfüllung. Wir entwickeln die nachhaltigkeitsorientierten Kriterien kontinuierlich weiter und nutzen hierzu auch Erkenntnisse aus unseren etablierten Managementsystemen nach den Normen ISO 50001 (Energie-Management), ISO 9001 (Qualitätsmanagement) und ISO 14001 (Umweltmanagement).

## RISIKOANALYSE BEI LIEFERANTEN DEUTLICH AUSGEWEITET

In einem zweijährlichen Rhythmus führen wir eine Risikoanalyse im Lieferantenmanagement durch, die den Fokus auf die wichtigsten Lieferanten – gemessen an Risiko und Beschaffungsvolumen – richtet. Hier bewerten wir bei allen Produktgruppen die globalen und branchenrelevanten Risiken in Bezug auf Nachhaltigkeit, wie etwa Arbeitsbedingungen, Sicherheit, Gesundheit, Umweltschutz, Menschenrechte, Konfliktmaterialien, Kundenzufriedenheit und

Datenschutz. Bis 2020 wollen wir ein System zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung der Lieferanten mit erhöhtem Risiko aufbauen.

Daher haben wir 2017 Lieferanten mit potenziell erhöhtem Risiko um die Erteilung einer Selbstausskunft über das EcoVadis-Portal gebeten. Darüber hinaus haben wir mit einem Compliance Risk Assessment die bestehenden Richtlinien und Prozesse in Bezug auf die Lieferkette überprüft und gemeinsam mit der TGS Maßnahmen zur weiteren Risikominimierung entwickelt. Seit 2017 fordern wir von allen Lieferanten auf unserer Ausschreibungsplattform eine verpflichtende Erklärung zur Einhaltung der Antikorruptionsgesetze. Bislang haben 93 % unserer Einkaufslieferanten die Antikorruptionserklärung abgegeben.

Zusätzlich haben wir eine Schnittstelle zur Datenbank von Factiva geschaffen, die den Zugang zu Informationen über Reputationsrisiken unserer Lieferanten ermöglicht. Das betrifft Daten zu möglichen Straftaten in den Bereichen Terrorismus, Korruption, Geldwäsche, Steuerhinterziehung oder zu anderen finanzbezogenen Delikten. Dabei erfolgen ein tägliches Screening der Informationen und die Aktualisierung der Lieferantenprofile. Bis Ende 2017 wurde bei keinem der registrierten deutschen Lieferanten ein hohes Reputationsrisiko identifiziert.

Wir haben das Ziel, bis zum Jahr 2018 ein Financial Risk Assessment für aktive Lieferanten einzuführen und damit Informationen zum finanzbezogenen Risiko der Lieferanten in unserer Beschaffungsplattform besser abbilden zu können.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT IST WESENTLICHER ERFOLGSFAKTOR

## COMMITMENT

Wir positionieren uns bis 2020 intern wie extern als attraktiver Arbeitgeber und erreichen durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in unseren Mitarbeiterbefragungen.

Unsere Mitarbeiter sind entscheidend für unseren Erfolg und nur mit dem Engagement unserer Mitarbeiter wird uns die digitale Transformation unseres Unternehmens gelingen.

Wir wollen die besten Talente auf einem umkämpften Arbeitsmarkt gewinnen und unsere Mitarbeiter motivieren, mit uns gemeinsam zu wachsen. Besonders wichtig sind uns dabei ein faires, respektvolles und vertrauensvolles Miteinander, ein hohes Engagement der Mitarbeiter und ein gutes Arbeitsklima.

Nach Abschluss der Integration und mit Blick auf die Zukunftssicherung des Unternehmens haben wir im Jahr 2017 die Personalstrategie neu aufgesetzt und auf die aktuellen Unternehmensziele ausgerichtet. Mit der überarbeiteten Strategie wollen wir die

Voraussetzungen für eine robuste und dynamische Organisation schaffen. Für 2018 haben wir uns dafür drei zentrale Ziele gesetzt: Wir werden kontinuierliches Lernen fördern, das Engagement der Mitarbeiter steigern und vertrauensvolle Zusammenarbeit über die Bereiche und Hierarchien hinweg verbessern.

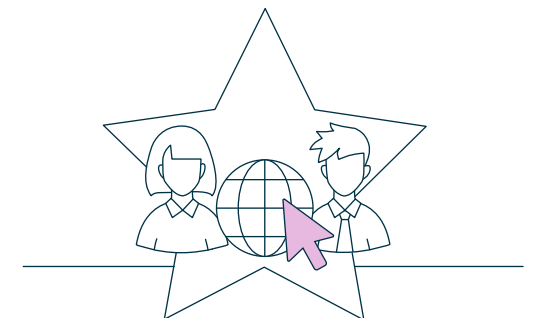
Zu den strategischen Schwerpunkten zählen Dialog, flexible Arbeitszeitmodelle, das Gesundheitsmanagement, Aus- und Weiterbildung, verschiedene flexible Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten, unser Rahmensozialplan sowie Diversitätskonzept.

Unter anderem wurde für die Berichtsebene 1 (Senior Management) unterhalb des Vorstands bis 2022 eine Quote für den Frauen- bzw. Männeranteil von 30 % (2017: 13 %) beschlossen. Dieses Ziel soll mithilfe des neuen, ab 1. Januar 2018 geltenden Diversitätskonzepts der Gesellschaft erreicht werden.

Für Vorstand und Aufsichtsrat gelten Diversitätskonzepte, die unter anderem auf Erfahrungshintergrund und diverse Qualifikationen abstellen. Wesentlich sind dabei auch die Geschlechterquoten für den

Vorstand und den Aufsichtsrat. Demnach sollen bis 2022 mindestens 25 % der Vorstandsmitglieder und 30 % der Aufsichtsratsmitglieder Frauen sein. Nähere Einzelheiten zu den Diversitätskonzepten können der [Erklärung zur Unternehmensführung](#) und dem [Corporate Governance Bericht der Gesellschaft](#) entnommen werden.

Flankierend bieten wir moderne Arbeitsplatzkonzepte und Zusatzleistungen wie Zuschüsse zur Altersvorsorge, Vergünstigungen im öffentlichen Nahverkehr oder Versicherungsverträge. Die übergeordnete Verantwortung für den Personalbereich liegt beim Chief Human Resources Officer (CHRO).





Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## BEWERBERZAHL KONSEQUENT ERHÖHEN

Wir messen die Arbeitgeberattraktivität der Telefónica Deutschland Group anhand der Entwicklung der externen Bewerberzahl. 2017 registrierten wir 11,9 Bewerber pro ausgeschriebene Stelle. Diesen Wert möchten wir gezielt erhöhen. Unsere große Herausforderung im Recruiting liegt in der Besetzung der Vakanzen im Technologiebereich und im Vertrieb. Dazu setzen wir auf neue Recruitment-Maßnahmen wie Datathons und Meet-ups. Zur Gewinnung von jungen Talenten nutzen wir neue Personalmarketingkanäle wie Twitter und führen zielgerichtete Social-Media-Kampagnen durch. Zudem haben wir das Mobile- und Video-Recruiting eingeführt, damit sich unsere Kandidaten zu jeder Zeit und von jedem Ort aus bewerben können. Wir konnten im vergangenen Jahr bedarfsorientiert 1.303 externe Einstellungen<sup>1</sup> vornehmen (2016: 1.554 externe Einstellungen).

## HÖHERE ZUFRIEDENHEIT UNTER BESCHÄFTIGTEN

Jedes Jahr führen wir online, anonym und auf freiwilliger Basis eine Umfrage unter allen Mitarbeitern der Telefónica Deutschland Group durch. Damit messen wir das Engagement der Mitarbeiter und das allgemeine Arbeitsklima („Mitarbeiterzufriedenheit“). Diese Ergebnisse werden auf allen Führungsebenen intensiv kommuniziert und diskutiert. Auf Teamebene verantworten die Führungskräfte aller Geschäftsbereiche die daraus abgeleitete Maßnahmenplanung. Zentral ist dabei die kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen in Team-Workshops. Interne Zielvorgaben helfen uns dabei, die Mitarbeiterzufriedenheit weiter zu steigern und zu steuern. Im Jahr 2017 konnte die Mitarbeiterzufriedenheit von 2016 um 6 % auf 67 % gesteigert werden.

Für die Evaluation ist die Rücklaufquote der Umfrage ein wichtiger Indikator. 2017 betrug diese 68 % und konnte damit weiter erhöht werden. Unser Ziel ist es, die Rücklaufquote bis 2020 auf 70 % zu steigern. Dazu stellen wir sicher, dass die Mitarbeiterumfrage auf verschiedenen Kommunikationskanälen durch die Vorstandsmitglieder angekündigt wird, und bitten alle Mitarbeiter um ihr offenes und ehrliches

Feedback. Die Vorstandsmitglieder erhalten im Laufe der Umfrage eine Rückmeldung zur Teilnahmequote und erinnern bei Bedarf noch mal an die Teilnahme, immer unter Wahrung der Freiwilligkeit und Anonymität.

Ergänzend dazu trat der Telefónica Vorstand im Rahmen einer dreitägigen Roadshow mit den Mitarbeitern in den persönlichen Austausch, um die aktuelle Unternehmenssituation zu diskutieren. Die Roadshow umfasste Besuche an den größten Telefónica Standorten in München, Nürnberg, Hamburg sowie Potsdam und Düsseldorf und wurde mithilfe von Videoaufzeichnung und umfangreichem Nachbericht für alle Mitarbeiter dokumentiert.

## INTEGRATION VERANTWORTUNGS- BEWUSST GESTALTET

Auch 2017 stand die Unternehmensintegration im Vordergrund, die wesentlichen Einfluss auf Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitgeberattraktivität hatte. Für uns ist es dabei sehr wichtig, dass alle Maßnahmen im Zuge der Integration und Transformation so sozialverträglich wie möglich erfolgen und gleichzeitig qualitativ hochwertige Regelungen sowie die bestmögliche Sicherheit für bestehende Arbeitsplätze erreicht werden. Nach dem Abbau von rund 1.300 Vollzeitstellen in den Jahren 2015 und 2016 ist das Restrukturierungsprogramm nach einer weiteren Reduzierung von rund 200 Vollzeitstellen im Jahr 2017 nahezu beendet.

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT	EINHEIT	2015	2016	2017
Mitarbeiterzufriedenheit: Ergebnis Arbeitsklima und Engagement	%	67	61	67
Rücklaufquote bei der Mitarbeiterumfrage	%	64	65	68

Eine ausführliche Darstellung der Mitarbeiterkennzahlen findet sich [hier](#).

<sup>1</sup>Die Angaben umfassen festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) mit Eintrittsdatum 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht 2017 veröffentlichten Anzahl in Höhe von 1.405 (Vj. 1.657) Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

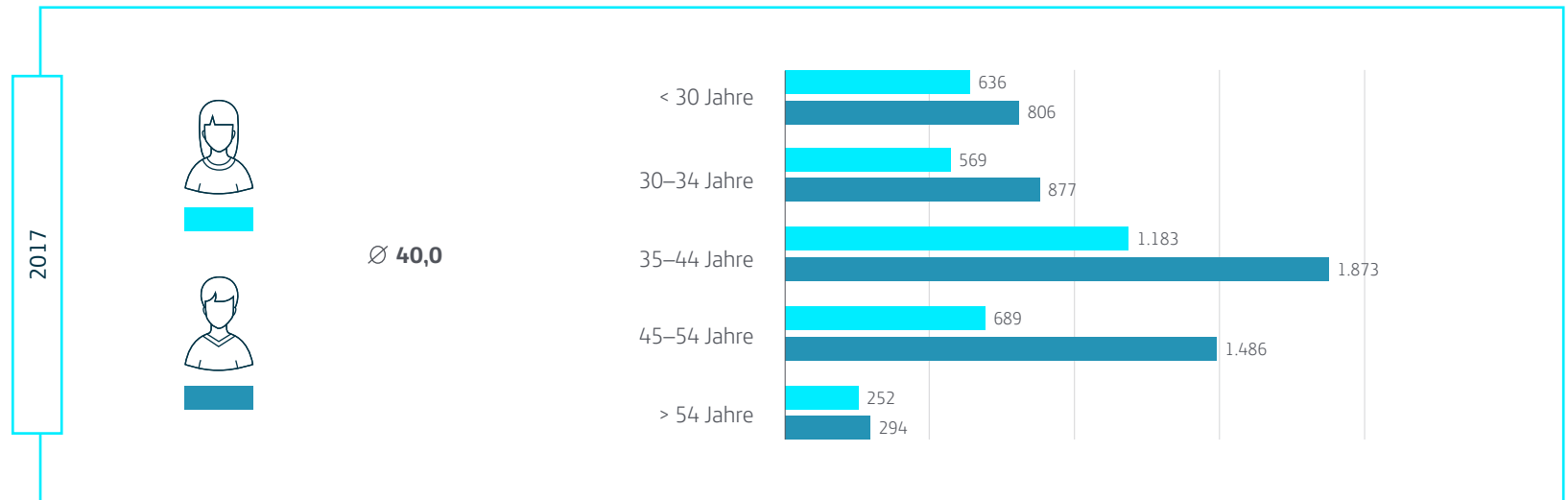
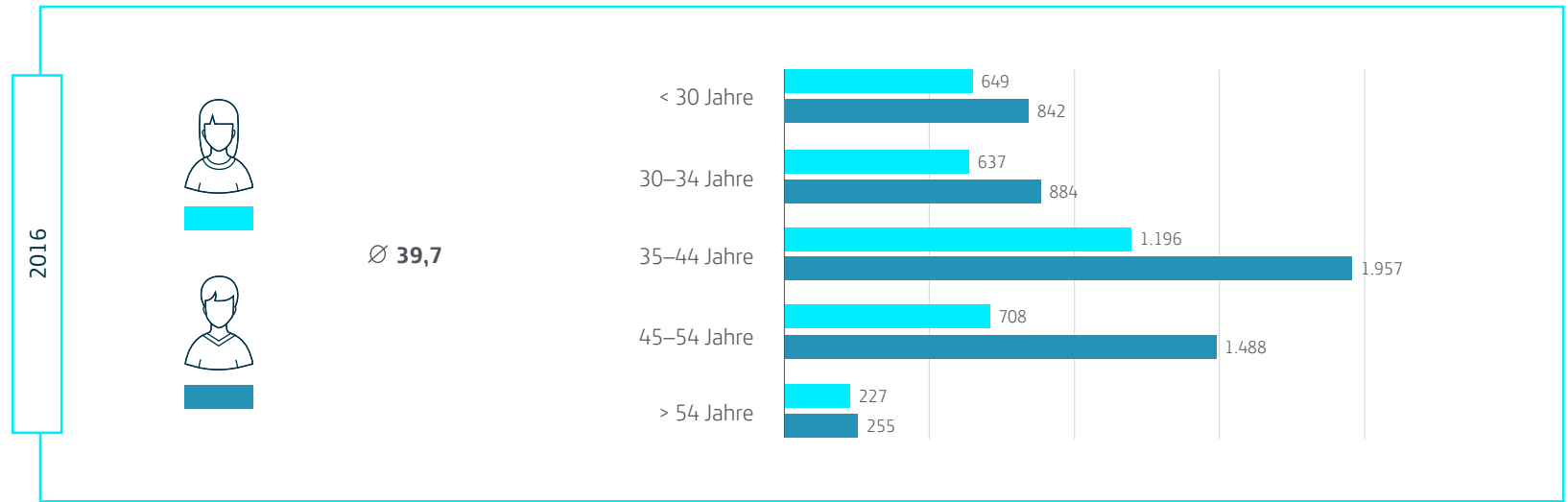
3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

MITARBEITER NACH ALTERSGRUPPEN UND GESCHLECHT:



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## AUS- UND WEITERBILDUNG IM DIGITALEN UMFELD

Zur Sicherung unseres digitalen Know-how setzen wir auf verschiedene Bausteine im Bereich Aus- und Weiterbildung. Wir eröffnen Praktikanten, Werkstudenten, Auszubildenden und dualen Studenten vielfältige Möglichkeiten für den Berufseinstieg. 2017 haben wir 14 Auszubildende im kaufmännischen und technischen Bereich neu eingestellt. Die Übernahmequote bei denjenigen, die 2017 ihre Ausbildung abgeschlossen haben, lag bei mehr als 85 %. Insgesamt beschäftigte die Telefónica Deutschland Group im Jahr 2017 80 Auszubildene und duale Studenten.

Der erste Jahrgang unseres 2016 gestarteten Onlife-Graduates-Programm mit jungen Akademikern bekam die Chance, eigene Start-up-Ideen bis zur Marktreife zu entwickeln und dabei von Führungskräften des Unternehmens unterstützt zu werden. Daraus entstand beispielsweise die Community-App > „mitwelt“, die bereits im App-Store erhältlich ist und mit der sich Nutzer am eigenen Standort interaktiv vernetzen können.

Zudem können unsere Mitarbeiter an der Telefónica eigenen „Universitas“ in Barcelona international ausgerichtete Kurse besuchen. Zum Kursangebot

zählen unter anderem das Global Management Programm, Women in Leadership oder Leading Transformation.

## DIGITALE FÜHRUNGSKOMPETENZEN ENTWICKELN UND STÄRKEN

2017 haben wir auch das Thema „Führung im digitalen Zeitalter“ priorisiert. Angesichts einer virtuellen und komplexer werdenden Arbeitswelt ist weniger Routine, dafür jedoch mehr Agilität gefragt. Wir wollen unsere Führungskräfte befähigen, unsere digitale Strategie, die Transformation unseres Unternehmens und ihre eigene Entwicklung eigenverantwortlich mitzugestalten.

Die Telefónica, S.A. Group hat mithilfe einer umfangreichen Datenanalyse ein Profil entwickelt (Digital Transformative Profile), das Aufschluss über die notwendigen Kompetenzen der Führungskräfte für die Gestaltung der digitalen Transformation gibt. In allen Ländergesellschaften wie auch in Deutschland nahmen leitende Angestellte an dieser Maßnahme teil. Ergebnis der Metaanalyse für 2.300 Führungskräfte war die Identifikation von Kernfähigkeiten wie „Digitale Erfahrungen & Affinität zu digitalen Technologien“, „Transformationale Kompetenzen“

und „Lernagilität“. Darauf aufbauend wurden individuelle Entwicklungspläne im Rahmen sogenannter Digital-Development-Festivals erarbeitet und ein globales Online-Learning-Hub als Lern-Community ins Leben gerufen. Das Programm der Corporate Universitas der Telefónica, S.A. Group in Barcelona komplettiert die Lernangebote für unsere Führungskräfte auf globaler Ebene.

Ein Hauptaugenmerk liegt zudem auf der Befähigung unserer Führungskräfte in der Projektarbeit. Dafür nutzen wir innovative Teamkonstellationen und Prozesse sowie flache Hierarchien, die wir im Rahmen neuer agiler Organisationsformen entwickelt haben, um die interdisziplinäre Zusammenarbeit und schnelle Entscheidungen zu fördern.

Führungskräfte und Projektmanager werden zudem mit unterschiedlichen Formaten und Tools im Rahmen des Change-Managements unterstützt – beispielsweise mit Führungsworkshops, Formaten zur Teammotivation, individuellen und Team-Coachings sowie spezifischen Trainings.

### WEITERBILDUNG

### EINHEIT

2015

2016

2017

Investitionen in Schulungen und Weiterbildung

Mio. EUR

5,8

7,0

6,3

Eine ausführliche Darstellung der Mitarbeiterkennzahlen findet sich [> hier](#).



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## VIELFALT MIT LEBEN ERFÜLLEN

Die Förderung der Vielfalt innerhalb unserer Belegschaft ist fest in unserer Unternehmens- und Personalstrategie verankert. Wir verpflichten uns zu Fairness und Respekt ebenso wie zu einer gleichen Behandlung unabhängig von Herkunftsland, Hautfarbe, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religionszugehörigkeit oder sexueller Orientierung. Seit vielen Jahren unterstützen wir diese Prinzipien als Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“ und des Memorandums für Frauen in Führung.

Die Gleichstellung von Frauen und Männern gehört nicht nur zur globalen Diversity-Strategie der Telefónica, S.A. Group, sondern ist auch ein wichtiger Teil des Talentmanagements. Über das „Women in Leadership“-Programm etwa fördern wir gezielt weibliche Führungskräfte auf ihrem Karriereweg.

2017 erhielt unser Unternehmen den ersten „Women-on-Board-Award“ als „Bester Performer“ von FidAR e. V., einer Initiative für mehr Frauen in den Aufsichtsräten. FidAR erhebt seit sieben Jahren die sogenannten Women-on-Board-Indizes, mit denen die Anzahl der Frauen in den Aufsichtsräten und Vorständen der 160 DAX-, MDAX-, SDAX- und TecDAX-Unternehmen in Deutschland ermittelt wird.



## WORK-LIFE-BALANCE FÖRDERN

Wir helfen unseren Mitarbeitern mit verschiedenen Programmen dabei, ihr Berufs- und Privatleben in Einklang zu bringen. Dazu gehören örtlich und zeitlich flexible Arbeitszeitmodelle, die wir regelmäßig weiterentwickeln und für die wir notwendige technische Ausstattung bereitstellen. Zudem unterstützt

unser Familienservice „famPLUS“ die Mitarbeiter mit Betreuungsangeboten für Kinder oder für Familienangehörige, durch Nachhilfeunterricht, Haushaltshilfen oder auch mit fachlicher Beratung. Unterstützung bietet auch unsere interne Initiative „Working Moms and Dads“ mit weiteren Aktivitäten und Projekten.

VIELFALT	EINHEIT	2015	2016	2017
Frauen im gesamten Unternehmen	Anzahl / %	3.314 / 37,6	3.417 / 38,6	3.329 / 38,4
Frauen in Leitungspositionen (Senior Management inkl. Vorstand)	%	15,2	16	14
Frauen im Vorstand	%	33	33	25
Nationalitäten der Mitarbeiter	Anzahl	73	74	73

Eine ausführliche Darstellung der Mitarbeiterkennzahlen findet sich [> hier](#).





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## PRÄVENTION DURCH INTEGRIERTES GESUNDHEITSMANAGEMENT

Die digitale Revolution ist bereits in vollem Gange. Wir agieren in dynamischen Märkten mit schnell wechselnden Anforderungen an Produkte, Services und insbesondere an unsere Mitarbeiter. Demografische Veränderungen, technologische Entwicklungen sowie neue Anforderungen aus der vernetzten Arbeitswelt nehmen wir dabei aktiv an.

Der Telefónica Deutschland Group ist es ein besonderes Anliegen, ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten sowie die Gesundheit aller unserer Mitarbeiter zu erhalten und zu fördern. Dazu haben wir eine Gesundheitspolitik erarbeitet und verabschiedet.

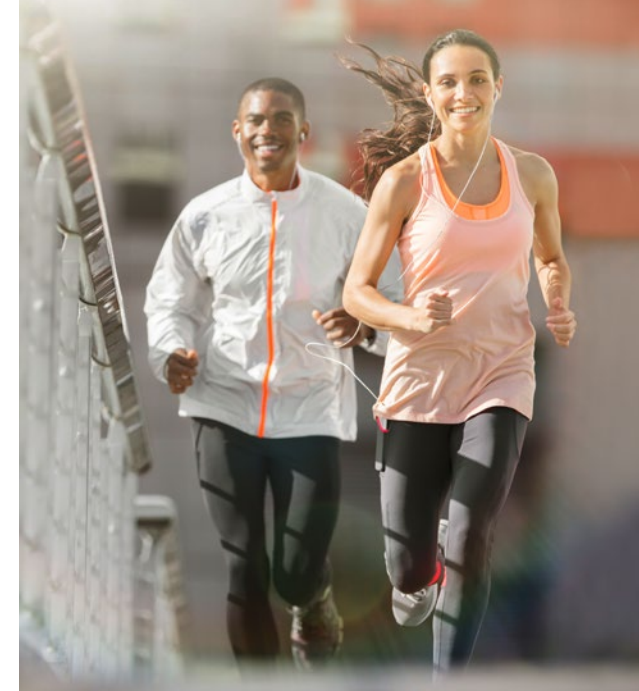
Ziele unserer Gesundheitspolitik sind:

- Arbeitsunfälle und arbeitsbedingte Erkrankungen zu verhindern,
- die Gesundheitserhaltung unserer Mitarbeiter durch gezielte Maßnahmen zu fördern,
- die Arbeitszufriedenheit und Leistungsbereitschaft zu erhöhen,
- unsere Arbeitsergebnisse zu verbessern,
- gemeinsam konstruktiv und wertschätzend zusammenzuarbeiten sowie
- Rücksicht auf uns und andere zu nehmen.

Die Telefónica Deutschland Group betreibt ein ganzheitliches, integriertes Gesundheitsmanagement zur Umsetzung der Ziele und Grundsätze ihrer Gesundheitspolitik. Dabei unterscheiden wir bewusst nicht zwischen den gesetzlichen Anforderungen des Arbeitsschutzes und den weiteren Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung, sondern kombinieren alle Elemente zu einem ganzheitlichen System.

Zu den Schwerpunkten im Jahr 2017 gehörten die Erfüllung gesetzlicher Anforderungen mithilfe von gezielten Maßnahmen zur Arbeitssicherheit und Betriebsmedizin sowie die Einführung zielgerichteter gesundheitsfördernder Programme. Das betraf beispielsweise die Neuaufstellung und -ordnung der Prozesse zur Arbeitsmedizin, die Burn-out-Prävention, die Unterstützung des Betriebssports und die Bewältigung gesundheitlicher Herausforderungen, die aus der Digitalisierung von Arbeitsprozessen entstehen. Ebenso zählten regelmäßige Gripeschutzimpfungen und Blutspenden zu den Maßnahmen. Darüber hinaus können unsere Mitarbeiter bei privaten oder beruflichen Konfliktsituationen externe Beratung durch das Employee-Assistance-Programm in Anspruch nehmen.

Als Basis unseres Handelns dient das 2016 erarbeitete „Handbuch integriertes Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement“. Es lehnt sich an die



Norm DIN EN ISO 45001:2016 an und formuliert konkrete Zielsetzungen mit entsprechenden Messgrößen (KPIs). Die KPIs dienen zur Steuerung und Verbesserung des Managementsystems. Unser unternehmensweit eingeführtes Health Forum ist für die strategische Planung und Steuerung der Gesundheits- und Sicherheitsthemen zuständig. Das Gremium ist interdisziplinär und paritätisch mit Vertretern der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite besetzt.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

**3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber**

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

In Kooperation mit der Leuphana Universität Lüneburg haben wir 2017 eine umfangreiche Studie zur gesundheitlichen Auswirkung der Digitalisierung durchgeführt, aus der zielgerichtete Maßnahmen abgeleitet werden. Parallel haben wir am Standort Bremen ein Pilotprojekt mit dem Schwerpunkt psychische Gefährdungsbeurteilung umgesetzt.

Die Auditierung im Rahmen des Corporate Health Awards im Jahr 2017 bescheinigte uns ein sehr gutes Ergebnis für unser betriebliches Gesundheitsmanagement (Exzellenz-Kategorie).



## CORPORATE VOLUNTEERING

Corporate Volunteering ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Für zwei soziale Tage im Jahr stellt das Unternehmen seine Mitarbeiter für ihr privates, soziales Engagement frei. Zudem bietet die Telefónica Deutschland Group jährlich einen Volunteering Day an. Ziel des Volunteering Day ist es, einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten

und gemeinsam als Team etwas zu bewegen. Am Volunteering Day 2017 nahmen deutschlandweit knapp 300 Mitarbeiter teil und unterstützten zahlreiche lokale Hilfsorganisationen. Zum Jahresende haben unsere Mitarbeiter mit der „Volunteering Christmas Campaign“ der gesamten Telefónica Gruppe anderen Menschen zur Weihnachtszeit eine

Freude bereitet, in Deutschland mit einer besonderen Weihnachtspäckchen-Aktion für Kinder, Senioren und wohnungslose Menschen. Konzernweit haben sich im Jahr 2017 rund 39.600 Telefónica Mitarbeiter aus 32 Ländern insgesamt rund 355.000 Stunden in sozialen Projekten ehrenamtlich engagiert.

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT	EINHEIT	2015	2016	2017
Gemeldete Fehltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit	Anzahl	123.656	120.437 (62.347 Männer, 58.090 Frauen)	125.570 (63.106 Männer, 62.464 Frauen)
Gremien „Arbeitssicherheit und Gesundheit“ (Arbeitssicherheitsausschussitzungen und Gesundheitsforen)	Anzahl	17	21	62
Trainingsstunden Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Anzahl	4.501	4.103	4.505

Eine ausführliche Darstellung der Mitarbeiterkennzahlen findet sich [> hier](#).





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

3.4 **Compliance**

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# KOMPASS FÜR VERANTWORTUNGS- VOLLES UND ETHISCHES HANDELN

## COMMITMENT

Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertevorstellungen. Bis 2020 streben wir eine extern anerkannte Zertifizierung unseres Compliance-Management-Systems an.

Unser Ziel ist es, die Vertrauenswürdigkeit der Telefónica Deutschland Group zu bewahren und zu stärken. Die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden und damit für eine hohe Reputation unseres Unternehmens sind die Integrität und das Verantwortungsbewusstsein aller Mitarbeiter.

## EINHALTUNG VERBINDLICHER RICHTLINIEN UND NORMEN

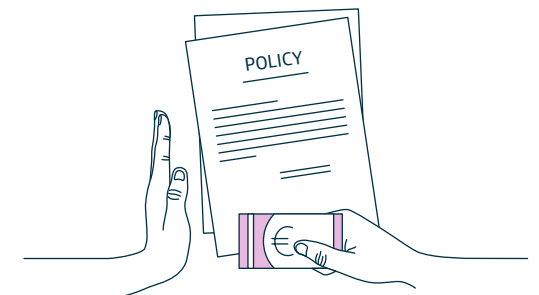
Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, internationaler Standards und interner Richtlinien ist das Fundament unseres Handelns. Maßgeblich sind für uns die Geschäftsgrundsätze der Telefónica

Deutschland Group sowie der Telefónica, S.A. Group, denen die UN-Menschenrechtscharta und die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zugrunde liegen. Weiterhin verpflichten wir uns zu einer effizienten, nachhaltigen und transparenten Unternehmensführung und folgen den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Index (DCGK). Im Corporate Governance Bericht berichten u. a. der Vorstand und der Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG über die Corporate Governance im Unternehmen. Dieser Bericht, die Entsprechenserklärung zu den Vorgaben des DCGK sowie unsere Erklärung zur Unternehmensführung sind Teil unseres Geschäftsberichts.

Zu den wichtigsten Compliance-Themen hat unser Unternehmen ergänzend klare Richtlinien und Vorgaben für das tägliche Handeln und das Verhältnis zu unseren Mitarbeitern, Kunden, Aktionären und anderen Stakeholdern etabliert. Dazu zählen neben den Geschäftsgrundsätzen, die 2017 überarbeitet wurden, auch die im Geschäftsjahr eingeführte Richtlinie zu Korruptionsprävention und Kartellrecht sowie Richtlinien zum Umgang mit Einladungen, Geschenken, Interessenkonflikten und Incentives

sowie Regelungen, welche die Beschaffung von Dienstleistungen zum Inhalt haben. Dazu gehört auch die Verfahrensanweisung zum Umgang mit Dienstleistern.

Die Verantwortung für die Einhaltung der Vorgaben übernehmen die Vorgesetzten des jeweiligen Unternehmensbereichs in Abstimmung mit den Abteilungen Internal Audit, Recht und Personal. Die Compliance-Abteilung berät die Verantwortlichen bei allen Vorgängen. Werden Verstöße aufgedeckt, erfolgt eine umfassende Aufarbeitung sowie gegebenenfalls eine entsprechende Sanktionierung.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management



3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

**3.4 Compliance**

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## INTEGRIERTES COMPLIANCE- MANAGEMENT-SYSTEM ZUR KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

Wir lehnen jede Form von Korruption ab und dulden keinerlei Form von Bestechung bzw. Bestechlichkeit. Verdachtsfälle werden konsequent verfolgt und – wenn nötig – sanktioniert. Die Bekämpfung von Korruption gehört neben der Vermeidung von unlauterem Wettbewerb und Interessenkonflikten zu den Schwerpunkten unseres Compliance-Management-Systems. Mit diesem System schaffen wir unternehmensweit einen Rahmen, um Korruptionsfälle mit hinreichender Sicherheit zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen so weit wie möglich zu verhindern. Im Jahr 2017 haben wir keine Korruptionsfälle registriert.

Um sowohl das Vertrauen unserer Kunden zu bewahren und zu stärken als auch finanzielle Nachteile oder Reputationsschäden für unser Unternehmen durch Compliance-Verstöße zu vermeiden, steuert die Telefónica Deutschland Group die Einhaltung der Vorgaben über ein integriertes Compliance-

Management-System. Die Gesamtverantwortung trägt der Director Compliance, Corporate Security, Data Protection. Vorstand und Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Group erhalten regelmäßig einen Bericht über die Compliance-Aktivitäten, insbesondere zur Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems (CMS).

Darüber hinaus nehmen wir anlassbezogene sowie prozessbegleitende Prüfungen und Beratungen im Hinblick auf mögliche Compliance-Risiken vor. Das Compliance-Management-System und die Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption werden regelmäßig durch die Abteilung Internal Audit und externe Prüfer kontrolliert. Auch werden die Mitarbeiter zur Qualität und Effektivität des Compliance-Management-Systems befragt.

Unsere Lieferanten und Geschäftspartner verpflichten wir mit einer Erklärung zur Einhaltung der geltenden Gesetze und Vorschriften im Rahmen der Antikorruption. Dies ist ein integraler Bestandteil unseres Lieferkettenmanagements.

COMPLIANCE	EINHEIT	2015	2016	2017
Gesamtzahl an Korruptionsfällen Bestätigte Verdachtsfälle, die zu arbeitsrechtlichen bzw. sanktionellen Maßnahmen führten.	Anzahl	0	0	0

Eine ausführliche Darstellung der Kennzahlen zum Thema Compliance findet sich [hier](#).





Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

3.1 Kunden-  
zufriedenheit

3.2 Lieferanten-  
management

3.3 Telefónica als  
Arbeitgeber

**3.4 Compliance**

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## COMPLIANCE-RISIKEN MINIMIEREN

Wir wollen Verstöße gegen bestehende Compliance-Vorgaben und damit verbundene Risiken schon im Ansatz vermeiden. Über unsere Confidential Helpline, besetzt mit unserem externen Ombudsmann, können Beschwerden anonym eingebracht werden. In Abstimmung mit der Abteilung Internal Audit haben wir einen Prozess für die Untersuchung von Compliance- und Korruptionsverdachtsfällen definiert. Eine wichtige Rolle für die Prävention spielt zudem die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter, die wir im Rahmen umfassender Schulungsmaßnahmen

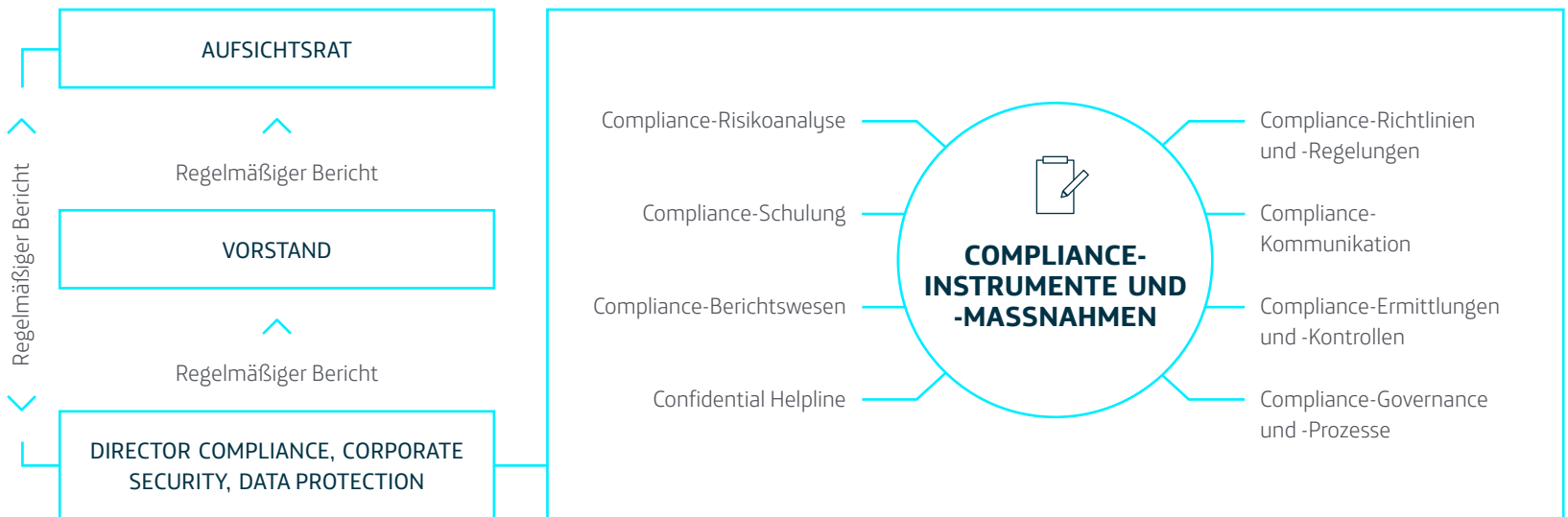
sicherstellen. So führen wir regelmäßige und verpflichtende Compliance-Trainings auf Online-Basis für alle Mitarbeiter durch. Wir überprüfen unser Schulungskonzept regelmäßig und haben 2017 das unternehmensweite Trainingsprogramm den neuen Gesetzen und Verordnungen sowie den aktuellen Unternehmensrichtlinien angepasst.

Im Jahr 2017 haben wir neben der Erarbeitung der neuen Richtlinie zur Korruptionsprävention weitere Maßnahmen umgesetzt. Unsere Mitarbeiter können jetzt auf eine unternehmensinterne App zurückgreifen, mit der sie über Smartphones und Tablets

wichtige Informationen, Neuigkeiten und Hinweise zu Ansprechpartnern beim Thema Compliance erhalten.

Wir haben zudem neue Instrumente zur qualitativen Messung des Bewusstseins für Compliance-Themen bei allen Mitarbeitern eingeführt, zum Beispiel das interne Umfrage-Tool „Integrity Compass“. Außerdem arbeiten wir an der kontinuierlichen Verbesserung unseres Compliance-Management-Systems und streben bis 2020 eine externe Zertifizierung nach dem IDW-Prüfungsstandard 980 an. Hier wurde bereits die erste Stufe der Zertifizierung eingeleitet.

## COMPLIANCE BEI DER TELEFÓNICA DEUTSCHLAND GROUP



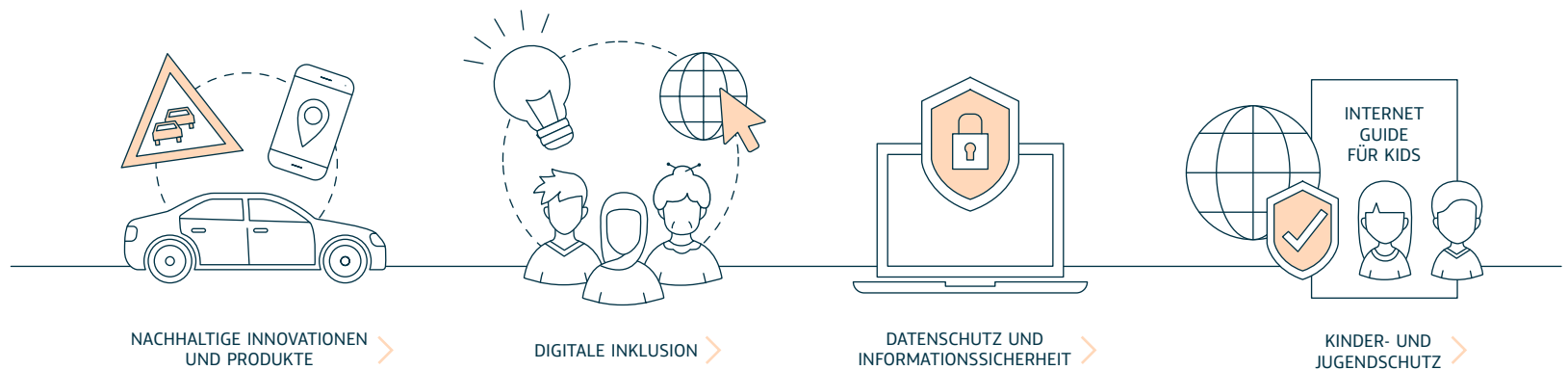


- 4.1 Nachhaltige Innovationen und Produkte
- 4.2 Digitale Inklusion
- 4.3 Datenschutz und Informationssicherheit
- 4.4 Kinder- und Jugendschutz

# LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

## UNSERE AMBITION

Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen. Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# GESELLSCHAFTLICHER NUTZEN DURCH DIGITALE INNOVATIONEN

## COMMITMENT

Wir treiben bis 2020 Technologien zur vereinfachten Vernetzung von Menschen, Geräten und Maschinen in der privaten und industriellen Welt voran. Ziel ist es, unsere Kunden bei der Realisierung von neuen digitalen Produkten und Geschäftsmodellen zu unterstützen.

Die Telefónica Deutschland Group und das für die Wachstumfelder der Digitalisierung gegründete Tochterunternehmen Telefónica NEXT wollen mit nachhaltigen Innovationen ihrem eigenen Anspruch gerecht werden. Wir wollen mit unseren digitalen Produkten und Dienstleistungen das Leben der Menschen einfacher, sicherer, gesünder und umweltfreundlicher machen. Ein Schlüssel dafür sind nachhaltige Innovationen, bei denen wir auf die Analyse großer Datenmengen sowie smarte Geräte und vernetzte Gegenstände setzen. Unsere Kunden wollen wir bei der Realisierung von neuen Produkten und Geschäftsmodellen unterstützen, um so allen Gesellschaftsbereichen den Zugang zu digitalen Produkten zu ermöglichen.

Bei allen unseren Produkten und Technologien hat die Einhaltung der strengen Datenschutzanforderun-

gen höchste Priorität. Beispielhaft steht dafür unser vom TÜV Saarland zertifiziertes Anonymisierungsverfahren, das die Zuordnung von Daten aus digitalen Quellen wie Mobilfunk oder WLAN zu einer bestimmten Person ausschließt. Diese Datenanonymisierungsplattform bietet Telefónica NEXT als Service auch Geschäftskunden an, damit sie ihre Daten wirksam anonymisieren können. Damit werden in Zukunft auch andere Unternehmen dieselben Standards für ihre Geschäftstätigkeit anwenden können (Big Data Privacy Services).

## MIT TELEFÓNICA NEXT IN DIE ZUKUNFT

Die Wachstumfelder der Digitalisierung „Advanced Data Analytics“ und „Internet of Things“ haben wir in unserem Tochterunternehmen Telefónica Germany NEXT GmbH gebündelt. Das Portfolio an digitalen Lösungen besteht aus fünf Bereichen: Transport Analytics (Bewegungsmuster in Deutschland verstehen), Consumer Internet of Things (schnell und einfach vernetzte Produkte für den Endkundenmarkt entwickeln), Retail Solutions (Kundenzielgruppen besser verstehen und bedienen), Smart Media (Kunden zielgenau mobil ansprechen) sowie

der Big Data Privacy Services (Daten sicher anonymisieren und schützen).

Der Businessplan von Telefónica NEXT wird im Rahmen des Strategieentwicklungsprozesses unter enger Einbindung von Aufsichtsrat und Vorstand der Telefónica Deutschland Group erstellt. Dabei werden stets die konzernweit gültigen Datenschutzanforderungen angewendet. Die maßgeblichen Kennzahlen (Key Performance Indicators) werden monatlich überprüft. Telefónica NEXT steht bei der Strategieentwicklung für nachhaltige Innovationen zudem in engem Austausch mit der CR-Abteilung der Telefónica Deutschland Group.

Eine enge Abstimmung wird darüber hinaus durch definierte Berichtswege innerhalb der Telefónica Deutschland Group gesichert. So berichtet der CEO Telefónica NEXT an das Vorstandsmitglied „Chief Partner & Business Officer“.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

**4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte**

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

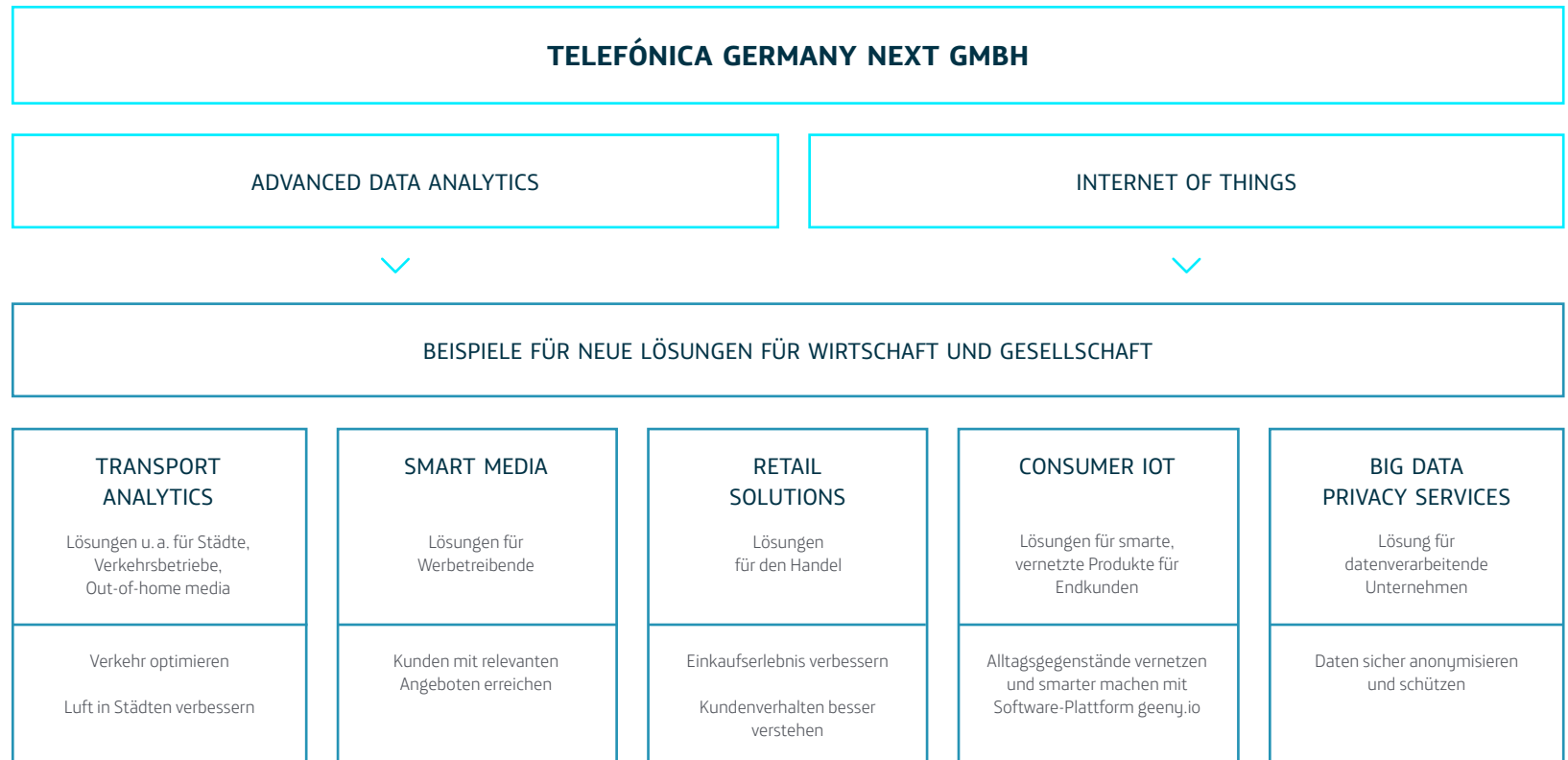
Telefónica NEXT pflegt zugleich vielfältige Kooperationen auf Projektebene, etwa mit der auf Nachhaltigkeitslösungen spezialisierten South Pole Group, dem Datenanalyse-Experten Teralytics AG, den Verkehrsplanungsexperten der Intraplan Consult GmbH oder den Konsortialpartnern des vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur geförderten Projekts „ProTrain“.

Den Erfolg unserer Produkte und Services, z. B. unserer neuen IoT-Plattform von Telefónica NEXT, messen wir intern anhand von finanziellen und nicht-finanziellen Indikatoren sowie am Umsatz der Telefónica NEXT insgesamt. Telefónica NEXT macht bereits heute stabile Umsätze, beispielsweise in den Bereichen Datenanalyse und Smart Media.

## IOT-LÖSUNGEN FÜR UNTERNEHMER UND VERBRAUCHER

Für den Erfolg der Digitalisierung und des Internets der Dinge leisten wir als Telekommunikationsunternehmen mit einem leistungsfähigen Netz und IP-Konnektivität einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung von IoT-Lösungen. Nicht nur die Industrie und Geschäftskunden profitieren von unseren IoT-Kompetenzen, mit Telefónica NEXT und ihren Partnern haben wir auch das Endkundensegment fest im Blick.

### GESCHÄFTSBEREICHE DER TELEFÓNICA GERMANY NEXT GMBH





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

**4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte**

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## DIE IOT-HIGHLIGHTS 2017 FÜR UNTERNEHMER

Telefónica Business Solutions ist Wegbegleiter bei der Digitalisierung. Telefónica vereint mit seinen Produkten den Dreiklang „Vernetzen. Analysieren. Optimieren.“, indem Maschinen mit dem Internet verbunden, Daten analysiert und Geschäftsprozesse optimiert werden können.

Die IoT-Smart-Center-Plattform ist neben dem eigens für IoT-Anwendungen konzipierten Datentarif „IoT Connect“ eine der wesentlichen Komponenten in unserem Portfolio, um maßgeschneiderte IoT-Anwendungen zu ermöglichen. Mit der IoT-Smart-Center-Plattform nutzen Geschäftskunden ein komfortables und effektives Managementsystem für alle ihre IoT-SIM-Karten. Unternehmen erhalten mit der Plattform wirkungsvolle Werkzeuge an die

Hand. Alle Funktionen zur Visualisierung, Kontrolle und Überwachung von IoT-SIM-Karten sind übersichtlich in einer Weboberfläche zusammengefasst, die intuitiv zu bedienen ist. Gleichzeitig erfüllt die IoT-Smart-Center-Plattform hohe Anforderungen an Datensicherheit.

## AUSGEWÄHLTE IOT-APPLIKATIONEN UNSERER KUNDEN

### VIRTUELLES KRAFTWERK ALS IOT-LÖSUNG

Mit unserer IoT-Smart-Center-Plattform betreibt die NEXT Kraftwerke GmbH aus Köln ein virtuelles Kraftwerk, in dem rund 3.800 kleine und mittelgroße Stromproduzenten für erneuerbare Energien mit den Verbrauchern vernetzt werden. Das erleichtert die gemeinsame Stromvermarktung und die Übernahme der Netzverantwortung. Zudem wird die Regelernergie bereitgestellt, die zum Ausgleich von Schwankungen bei einer flexiblen, dezentralen Energieerzeugung nötig ist.

### PAKETIN: DER UNIVERSELLE PAKETKASTEN

Wir sind Partner des Start-up-Unternehmens PAKETIN GmbH und begleiten den flächendeckenden Ausbau von Paketkästen in Haushalten mit passenden Konnektivitätsdiensten. Die Idee dahinter: Unabhängig vom Logistikdienstleister kann der Lieferant per Mobilfunkanruf den Paketkasten kostenfrei öffnen und das Paket in den gesicherten, stabilen Kasten legen. Der Empfänger öffnet das elektronische Schloss ebenfalls per Telefonanruf, sobald er wieder zu Hause ist.

### BOSCH-SICHERHEITSSYSTEME STEUERN DIGITAL FÜR UNTERNEHMER

Für ein Maximum an Zuverlässigkeit legt das Tochterunternehmen von Bosch seine digitalen Überwachungs- und Alarmsysteme ausfallsicher für zwei voneinander unabhängige Kommunikationswege aus, in der Regel über Festnetz und Mobilfunk. Beim Mobilfunk entschied sich das Unternehmen für die M2M Global SIM von Telefónica. Sie bietet unkompliziertes nationales und internationales Roaming und steht als Industrie-SIM-Karte für besonders hohe Ausfallsicherheit.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## MIT SMARTEM ROLLATOR SICHER UNTERWEGS

eMovements hat mit ello einen intelligenten Rollator entwickelt, der mit Elektromotor und automatischer Bremse die Mobilität älterer und gehbehinderter Menschen unterstützt. Ein eingebautes SOS-System kann aber als Notruf nur funktionieren, wenn es über optimale Konnektivität verfügt. Die eingesetzte M2M Global SIM von Telefónica arbeitet zuverlässig selbst unter widrigen Umgebungsbedingungen und kann Verbindungen über nahezu jedes verfügbare Netz aufbauen.

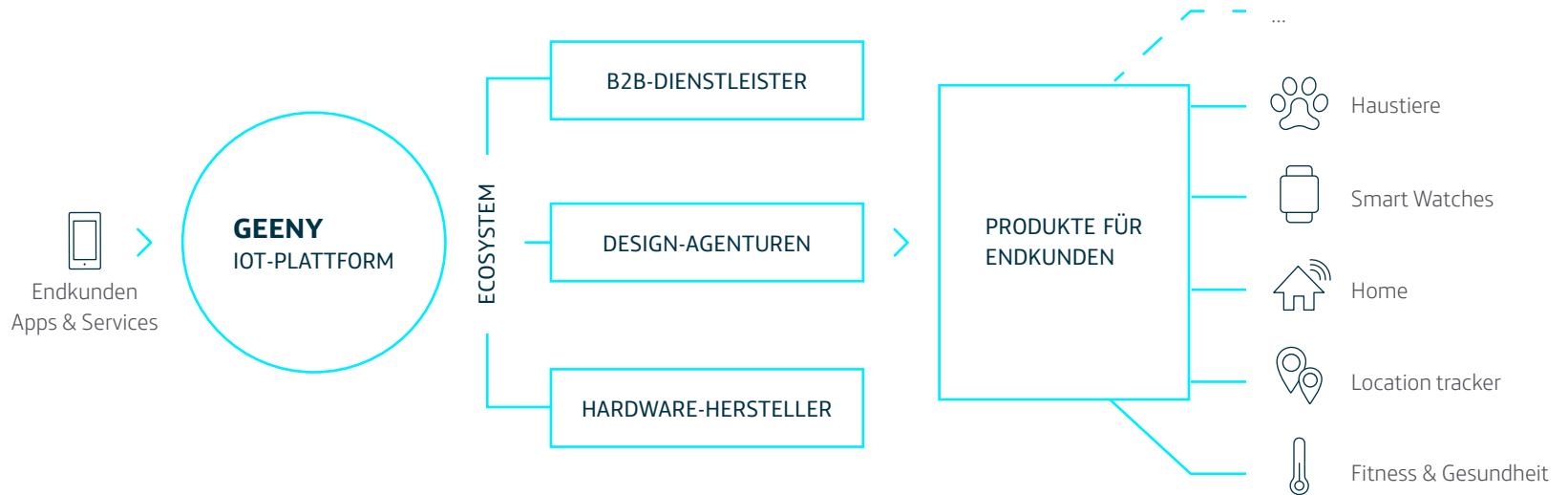
## SMART MOBILITY – FAHRZEUGE INTELLIGENT VERNETZT

Zusammen mit dem Partner GEOTAB, dem führenden Anbieter für Telematik- und Big-Data-Lösungen, bietet Telefónica Business Solutions eine Komplettlösung, bestehend aus Plug-&-Play-Hardware mit vorintegrierter Konnektivität zur Erfassung von Fahrzeugdaten und einem Portal zur intelligenten Datenanalyse. Dies ermöglicht Unternehmen eine erhöhte Produktivität durch eine optimierte Steuerung des Fahrzeugfuhrparks und sorgt so für mehr Transparenz im täglichen operativen Geschäft.

## IOT FÜR VERBRAUCHER: GEENY

2017 wurde eine IoT-Software-Plattform namens Geeny für Endkundenanwendungen als Alphaversion für Entwickler gelauncht. Diese kann smarte Geräte sowie Anwendungen digital kombinieren und bündelt die Kompetenzen verschiedener Partner wie Entwickler, Hersteller und Designer. Eine der ersten Anwendungen auf der Plattform ist Vitastiq, ein smarterer Stift, der über Berührungen an der Haut den Vitaminstand des Körpers prüft.

### GEENY, DIE PLATTFORM FÜR VERNETZTE LÖSUNGEN





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## SMARTE DATENANALYSE FÜR NEUE VERKEHRSKONZEPTE

Mit dem Geschäftsfeld „Advanced Data Analytics“ wollen wir die Potenziale der Datenanalyse für alle Lebensbereiche erschließen – von der Mobilität bis zum privaten Konsum. Mit innovativen Produkten und Services können wir zudem einen Beitrag zur Beantwortung wichtiger Zukunftsfragen leisten. Die gezielte Analyse von anonymisierten und aggregierten Mobilfunkdaten kann beispielsweise einen umweltfreundlicheren Stadtverkehr ermöglichen.

Telefónica NEXT hat 2017 in Nürnberg, Stuttgart, München und im Großraum Berlin Pilotprojekte realisiert, die mittels einer intelligenten Messung der Verkehrsströme durch Mobilfunkdaten wichtige Ansatzpunkte zur Verbesserung der Luftqualität und der Verkehrsplanung geliefert haben.



### BESSERER REGIONALVERKEHR IN BERLIN-BRANDENBURG

Das > Projekt ProTrain hat das Ziel, die Kapazitäten im ÖPNV in Berlin-Brandenburg zu optimieren und nutzt hierfür u. a. anonymisierte Mobilfunkdaten. Innerhalb des Projekts werden mit Big-Data-Analysen die tatsächliche und die zu erwartende Nachfrage im Regionalverkehr detaillierter bestimmt, um proaktiv reagieren zu können. Zudem sollen die Fahrgäste in Echtzeit Informationen zu alternativen Verbindungen oder freien Plätzen erhalten.

### BIG DATA FÜR VERKEHRS- PLANUNG IN MÜNCHEN

Seit 2017 liefert Telefónica NEXT gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen Intraplan eine der detailliertesten Datenanalysen für die Verkehrsplanung in München. Aus anonymisierten Mobilfunkdaten berechnen die Partner zu erwartende Bewegungsströme. Das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation hat inzwischen das Potenzial dieser Mobilfunkdaten für die Verkehrssteuerung bestätigt. Weitere Informationen finden Sie > hier.

### NÜRNBERGER VERKEHRS- PROJEKT GEWINNT NACHHALTIGKEITSPREIS

Das Pilotprojekt zur smarten Datenanalyse in Nürnberg ist mit dem > „German Award for Excellence“ 2017 und dem ersten Platz in der Kategorie „Sustainability Innovation“ ausgezeichnet worden. Gemeinsam mit den Projektpartnern Teralytics, South Pole und der Stadt Nürnberg hat Telefónica NEXT anonymisierte Mobilfunkdaten zur Berechnung von Verkehrsströmen genutzt und Potenziale zur Senkung von Emissionen aufgezeigt.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

**4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte**

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## WAYRA STELLT NEUE WEICHEN FÜR START-UP-FÖRDERUNG

Mit unserem Accelerator-Programm Wayra haben wir seit 2012 weltweit rund 40 innovative und technologieorientierte Start-ups unterstützt. Zu den Erfolgsbeispielen des Jahres 2017 zählt das auf mobile Werbung spezialisierte Münchner Start-up matchinguu, das von Verve, einem Unternehmen für standortbasiertes Mobile Marketing, übernommen worden ist. matchinguu erhielt von Wayra neben einer finanziellen Förderung auch Arbeitsräume, ein spezielles Mentoring, Zugang zu Investoren und zum Netzwerk der Telefónica Deutschland Group.

Das von Wayra geförderte Start-up Parkpocket wurde von der Continental AG gekauft, die sich damit datenbasierte Lösungen bei der Parkplatzfindung sichert. Die in München gegründete Firma bietet Apps, mit deren Hilfe Nutzer freie Parkplätze in ihrer Nähe finden und Parkgebühren einsehen können. Parkpocket unterstützt zudem Autohersteller, Zulieferer und Kommunen bei der Entwicklung intelligenter Mobilitätssysteme.

Das Münchner Start-up Neokami, das mit künstlicher Intelligenz Firmendaten schützt, ist von dem auf IoT spezialisierten Start-up Relayr übernommen worden. Neokami ermöglicht es Unternehmen, plattformübergreifend sensible Daten zu identifizieren, zu sichern und zu verwalten. Das Berliner Unternehmen Relayr will diese Kompetenz zum Ausbau des eigenen IoT-Portfolios nutzen.

2017 hat Wayra seine Aktivitäten in der Start-up-Förderung neu ausgerichtet. Die Venture-Einheit will sowohl reiferen Start-ups als auch jungen Technologieunternehmen einen direkten Zugang zum Konzern eröffnen. Sie sollen unser Unternehmen

als Kunden gewinnen und Lieferanten werden, was ihnen einen Innovations- und Wachstumsschub ermöglicht. Fokusthemen sind dabei innovative B2B-Digitaltechnologien, etwa IoT, Datenanalytik, Cybersicherheit und künstliche Intelligenz.

Zudem haben Wayra und VW Data:Lab Ende 2017 ein gemeinsames Technologieprojekt zur Innovationsförderung gestartet. Es richtet sich an Start-ups aus den Bereichen maschinelles Lernen, Datenanalytik und künstliche Intelligenz, die sich auf Mobilität, Konnektivität oder das Thema „Smart City“ spezialisieren.

## INNOVATIVE ANGEBOTE FÜR UNSERE MOBILFUNKKUNDEN

2017 haben wir erneut digitale Neuheiten auf den Markt gebracht, die den besonderen Erwartungen unserer Kunden in puncto Nutzerfreundlichkeit, innovativer Technik und Sicherheit gerecht werden. Mit O<sub>2</sub> Free gibt es bereits seit einem Jahr ein innovatives Tarifportfolio, das den Kunden zum fairen Preis jederzeit den unbeschwertten Zugang zur digitalen Welt eröffnet, auch wenn das Highspeed-Datenvolumen ihres Tarifs aufgebraucht ist. 2017 wurde der Tarif weiterentwickelt und bietet den O<sub>2</sub> Free-Kunden mit 10, 20 oder 25 Gigabyte mehr Highspeed-Datenvolumen als je zuvor.

Das neue O<sub>2</sub> Shop-Konzept wurde jüngst mit dem German Design Award im Bereich Excellent Communications Design Retail Architecture ausgezeichnet. Aus Sicht der Jury verbindet das Konzept analoge Gestaltungselemente mit Hightech zu einem markanten Design. Besucher der mittlerweile 285 O<sub>2</sub> Shops, die bereits auf das neue Konzept umgestellt

wurden, können sich auf Themeninseln über innovative Produkte und Services informieren und direkt vor Ort in die digitale Welt eintauchen. Als versierte Technik- und Serviceexperten stehen zudem die O<sub>2</sub> Gurus persönlich vor Ort für Fragen zu digitalen Angeboten zur Verfügung.

Beim kostenlosen Dienst O<sub>2</sub> More Local haben die Kunden die Möglichkeit, per SMS oder MMS über Angebote in ihrer Nähe informiert zu werden. Dazu geben die Nutzer ihre Einverständniserklärung, dass O<sub>2</sub> ihre Daten wie Aufenthaltsort, Alter und Geschlecht verwenden darf. Die Zahl der Abonnenten von O<sub>2</sub> More Local ist 2017 auf rund vier Millionen gestiegen.







1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

**4.2 Digitale Inklusion**

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# DIGITALE INTEGRATION ALS SCHLÜSSEL FÜR GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE

## COMMITMENT

Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Förderprogrammen wie Think Big, Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren und unseren O<sub>2</sub> Gurus geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für 10 Millionen Menschen.

Wir wollen alle Menschen an den Vorteilen der Digitalisierung teilhaben lassen und ihnen ermöglichen, sich selbstbestimmt und sicher in der digitalen Welt zu bewegen. Neben der Eröffnung zahlreicher Chancen sehen wir uns auch in der Verantwortung, Menschen über die mit dem Internet verbundenen möglichen Risiken aufzuklären und damit eine kompetente Mediennutzung zu ermöglichen. Dafür sorgen das Beratungsangebot unserer O<sub>2</sub> Gurus und Programme, die besonders die digitale Inklusion von Senioren und Jugendlichen stärken.

Unsere Maßnahmen und Projekte evaluieren wir mithilfe von begleitenden wissenschaftlichen Studien und entwickeln sie zielgerichtet weiter.

## O<sub>2</sub> GURUS UNTERSTÜTZEN

Nicht alle Menschen verfügen über die technischen Voraussetzungen, die finanziellen Mittel oder das notwendige Wissen für den kompetenten Umgang mit den digitalen Medien. Dem wollen wir unser Konzept der Teilhabe entgegensetzen, das einen leichteren Zugang zu Informationen, Medien und digitaler Technik schafft.

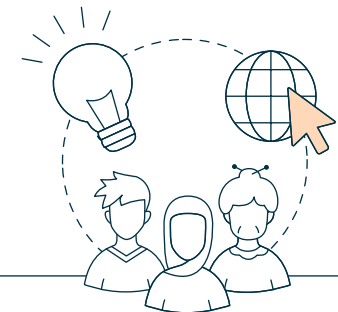
Unsere O<sub>2</sub> Gurus leisten mit ihrem umfangreichen Serviceangebot einen wichtigen Beitrag, indem sie Menschen dazu anregen, alle Möglichkeiten der digitalen Welt für sich zu nutzen. Unter dem Motto „Helfen, beraten, inspirieren“ sind sie sowohl online, telefonisch, per Chat oder Videochat zu erreichen als auch persönlich vor Ort in den O<sub>2</sub> Shops präsent.

Mit kostenlosen Workshops in den O<sub>2</sub> Shops oder über Online-Webinare zeigen unsere O<sub>2</sub> Gurus Teilnehmern unterschiedlichen Alters den bestmöglichen Umgang mit digitalen Technologien. Das Angebot umfasst zudem zahlreiche Videos und Blogartikel, mit denen digitale Produkte und Services einfach und verständlich erklärt werden. Seit 2014 haben wir 3.204 Workshops in den O<sub>2</sub> Stores und anderen Stores angeboten.

Allein 2017 haben die Hotline-Gurus in unseren Kontaktzentren über 400.000 Menschen informiert

und digital inspiriert. Unsere 43 Video-Gurus wurden 2017 über 1,2 Millionen Mal aufgerufen. Durch eine bessere Erreichbarkeit und die häufige Nutzung der Self-Service-Angebote über unsere Website sowie die Mein O<sub>2</sub> App ist das Kontaktvolumen insgesamt gesunken. Zudem geben unsere O<sub>2</sub> Gurus mithilfe von Helping-Hands-Videos nützliche Tipps und Tricks für alle Kundengruppen weiter. In diesem Jahr wurden insgesamt ca. 30 Videos über den offiziellen O<sub>2</sub> YouTube-Kanal verbreitet.

Für Menschen mit Hör- und Sprachbehinderung haben wir einen besonderen Service als Not-  
hilfekommunikation eingerichtet. Per SMS kann der Kunde einen Kontakt zu uns herstellen, per Fax wird die SMS an eine Notrufzentrale weitergeleitet. In diesem Rahmen erhalten wir im Schnitt ca. 2.000 SMS pro Monat.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

**4.2 Digitale Inklusion**

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## DIGITALE TEILHABE FÜR SENIOREN

Seit mehr als fünf Jahren engagieren wir uns gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen dafür, älteren Menschen zu mehr digitaler Teilhabe zu verhelfen und dadurch ihre geistige und physische Mobilität zu verbessern. Unter fachkundiger Begleitung haben Senioren im Projekt „Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren“ acht Wochen lang die Möglichkeit, Tablets auszuprobieren und Erfahrungen mit der Nutzung des Internets zu sammeln. Mit dem Projekt, bei dem wir Tablet-PCs und eine Datenflatrate kostenlos zur Verfügung stellen, wurden schon mehr als 5.000 Senioren erreicht. Allein im Jahr 2017 nahmen knapp 2.800 ältere Menschen an unserem Projekt teil.

Gemeinsam mit dem wissenschaftlichen Direktor der Stiftung Digitale Chancen, Prof. Dr. Herbert Kubicek, haben wir eine empirische > Studie aufgesetzt, die das digitale Nutzungsverhalten von älteren Menschen in ihrem Alltag untersucht. Ziel ist unter anderem die Entwicklung eines Leitfadens, der ab Frühjahr 2018 Unterstützerpersonen im Umfeld von Senioren zur Verfügung gestellt wird und diesen dabei hilft, ältere Menschen an die mobilen Endgeräte heranzuführen.

## DIALOGORIENTIERTES BEGLEIT-PROGRAMM IN VIELEN REGIONEN

Unser Projekt für mehr Teilhabe von Senioren wurde 2017 von zahlreichen Aktivitäten und Veranstaltungen begleitet. Ziel war, mit Senioren in den Dialog zu treten, ihnen praktische Tipps zu geben und sie

über Risiken aufzuklären, wie etwa bei einer Diskussionsrunde zum Thema „Sicherheit und Verbraucherschutz im Netz für Senioren“. Hierbei stellte Prof. Dr. Kubicek Teilnehmern des Programms und Interessierten erste Zwischenergebnisse der Studie vor und die Gäste konnten mit Experten aus Politik und Verbraucherschutz zu ihren Erfahrungen mit der digitalen Welt ins Gespräch kommen. Zu Gast war neben Staatsministerin Aydan Özoğuz auch Anneke Voß von der Verbraucherzentrale Hamburg.

Das Stadtteilbüro Leineberg in Göttingen gehört mit seinem Projekt „Leinefischer im Netz“ zu den aktuellen Kooperationspartnern unseres Seniorenprogramms. Zusammen mit Jugendlichen aus dem offenen Strafvollzug brachte eine Pädagogin über acht Wochen hinweg den älteren Menschen das Internet und die Nutzung mobiler Geräte näher.

Der im Münchner O<sub>2</sub> Tower durchgeführte „Senioren-dialog – Chancen und Herausforderungen des Internets“ bildete den Abschluss einer Dialogreihe, die auch in Düsseldorf, Hamburg und Berlin ältere Menschen zusammengebracht hat. An der Veranstaltung nahmen rund 50 Senioren, Experten der Verbraucherzentrale Bayern sowie der Projektpate und Schauspieler Erol Sander teil. Ziel war es zu erfahren, was die älteren Menschen bewegt, und Lösungen zu entwickeln, damit noch mehr von ihnen die Chancen der Digitalisierung nutzen können.

Unter dem Motto „Nützliche Apps im Seniorenalltag“ konnten Senioren im Telefónica BASECAMP in Berlin digitale Alltagsanwendungen aus den Bereichen Mobilität und Information ausprobieren. In der Praxis-einheit „Unterwegs mit der BVG-App“ haben sie u. a. gelernt, passende Verkehrsverbindungen zu finden,

Fahrplanauskünfte einzuholen und Tickets zu buchen. Im Rahmen von „Zeitung lesen digital“ ging es um Wissens- und Nachrichtenvermittlung für die ältere Generation. Unterstützung kam unter anderem von Medienpädagogen, Verbraucherschützern, den Berliner Verkehrsbetrieben und Anbietern von Nachrichten-Apps wie der Süddeutschen Zeitung und der Berliner Morgenpost.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

**4.2 Digitale Inklusion**

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## THINK BIG: DIGITALER AUFBRUCH IN EINE BESSERE GESELLSCHAFT

Wir engagieren uns seit 2010 mit dem Programm > Think Big für die Förderung digitaler Kompetenzen von Jugendlichen. Das Programm der Telefónica Stiftung und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) gemeinsam mit O<sub>2</sub> will jungen Menschen neue Möglichkeiten für gesellschaftliches Engagement mittels digitaler Technik eröffnen.

Auch 2017 unterstützte Think Big 14- bis 25-jährige Jugendliche dabei, sich über Workshops, Coaching und finanzielle Projektunterstützung besser in der digitalen Welt zurechtzufinden und mit ihren technologischen Fähigkeiten und Ideen eigene soziale Projekte zu entwickeln. Digitale Technologien kreativ für gesellschaftliche Veränderungen zu nutzen, stand dabei im Vordergrund. Einen Schwerpunkt bildeten 2017 Ideen für ein offenes und tolerantes Leben in einer vielfältigen Gesellschaft unter dem Motto „act:together\_Zusammenhalt in Vielfalt“.

Seit dem Jahr 2010 haben bei Think Big mehr als 108.000 Jugendliche mitgemacht; es wurden mehr als 3.800 Projekte gefördert (Stand: 31. Dezember 2017). Damit ist Think Big ein nachhaltiges, deutschlandweites Jugendengagement-Programm.

## THINK BIG TOUR 2017: IDEEN DIGITAL IN SZENE GESETZT

2017 gab es bereits die dritte Auflage der deutschlandweiten Think Big Tour. Dabei haben Siebt- bis Zehntklässler aus 34 Schulen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Düsseldorf, Stuttgart, München und Nürnberg einen Projekttag gestaltet. Das Motto lautete „Deine Idee, dein Einsatz – für EINE digitale Welt“. Insgesamt haben 4.720 Schüler an den rund 190 Workshops teilgenommen. Inspiriert durch einen Ideengenerator haben Teams mithilfe von Tablets und Video-Apps Ideen als digitales Daumenkino, sprechendes Foto oder klassisches Video in Szene gesetzt. So sind rund 1.180 kreative Medienprojekte rund um Toleranz, Gerechtigkeit und Vielfalt in unserer Gesellschaft entstanden.

Zu den weiteren Highlights der siebenwöchigen Think Big Tour gehörte ein Workshop mit anschließender Diskussionsrunde im Telefónica BASECAMP zum politischen Engagement von Jugendlichen in einer digitalen Welt, die von Politikern, dem ehemaligen Wahlkampfberater von Barack Obama, Julius van de Laar, und der Komikerin Idil Baydar alias „Jilet Ayse“ interessant gestaltet wurde.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

**4.2 Digitale Inklusion**

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

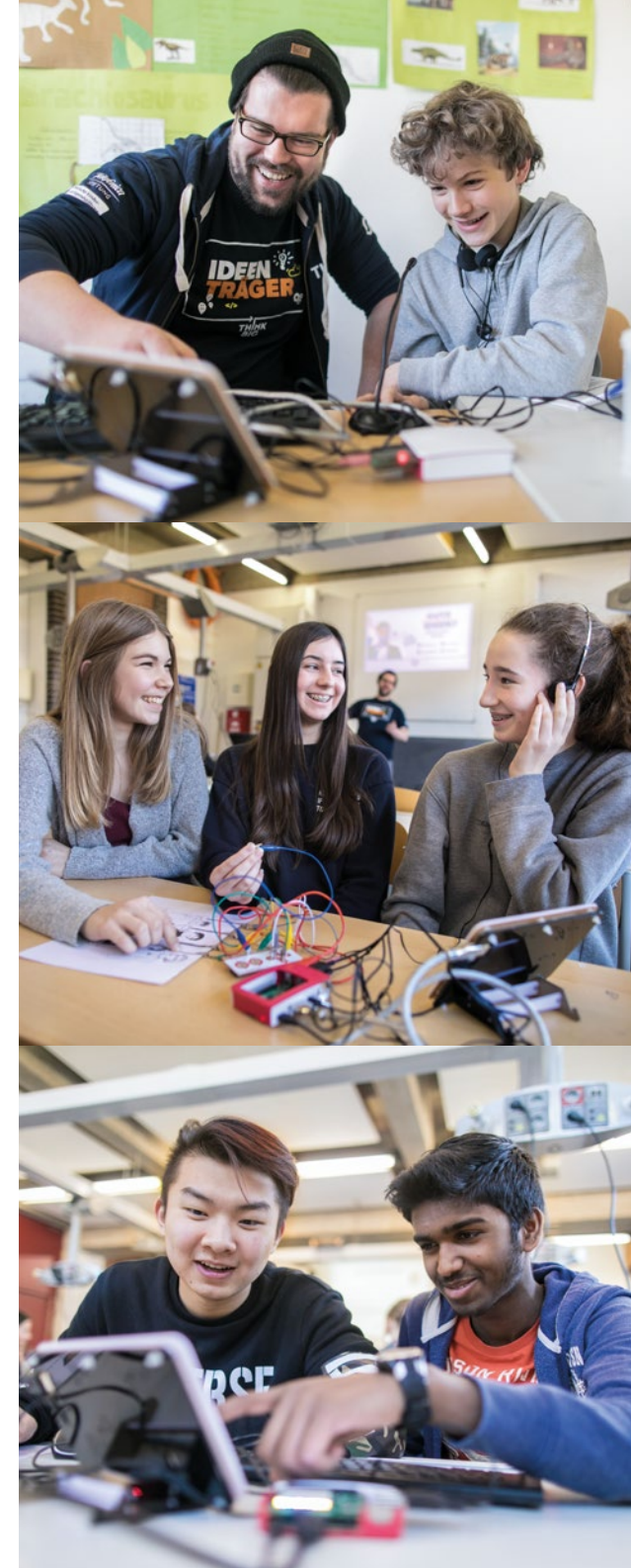
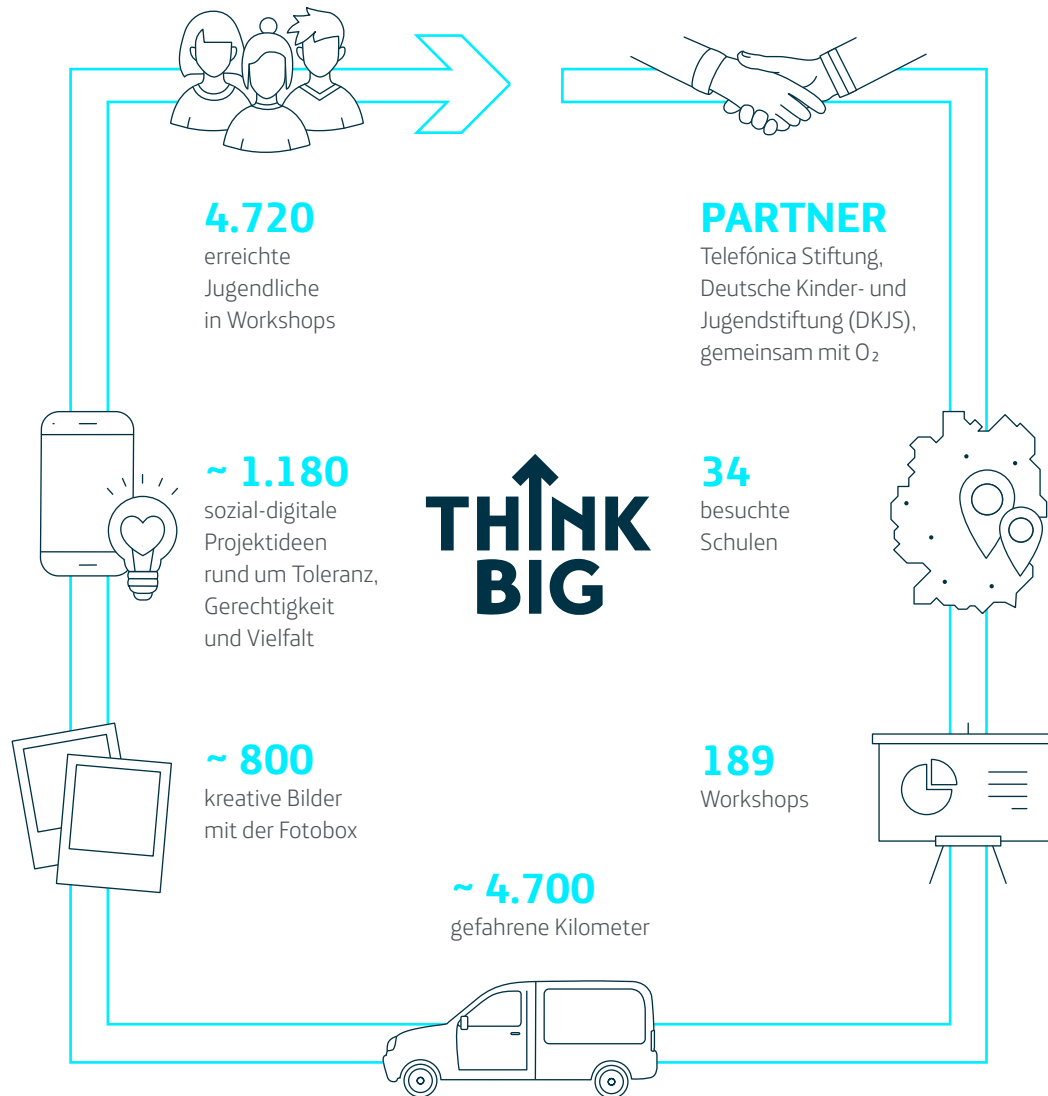
4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## DIE THINK BIG TOUR 2017

ACT:TOGETHER\_ZUSAMMENHALT IN VIELFALT





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

**4.2 Digitale Inklusion**

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## THINK BIG HIGHLIGHTS

### ERSTWÄHLERKAMPAGNE: „DEINE ZUKUNFT #GEHWÄHLEN“

Think Big hat sich zum Ziel gesetzt, junge Menschen dazu zu motivieren, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und sich aktiv einzubringen. Unter dem Motto „Deine Zukunft #GehWählen“ haben wir kurz vor der Bundestagswahl 2017 eine Erstwählerkampagne über Social-Media-Kanäle gestartet. Hier haben junge engagierte Menschen andere Jugendliche per Video-Botschaft zum Wählen ermutigt und dazu, sich mit ihren Wünschen und Vorstellungen in Gesellschaft und Politik einzubringen. Darüber hinaus haben sie gezeigt, wie sie sich bereits engagieren, und dazu motiviert, es ihnen gleichzutun.

### NEUE PROJEKTE MIT SOCIAL IMPACT

Im Social Impact Lab Berlin präsentierten vier Projektmacher, wie sie mit ihren digitalen Lösungen die Gesellschaft positiv verändern wollen. Dazu zählten etwa die App „CrowdProtect“, mit der bei sexuellen Übergriffen Alarm ausgelöst werden kann, oder das Projekt „cube. Your take on Europe“, das jungen, benachteiligten Europäern eine Stimme in der EU geben will.



### BUNDESMINISTERIN BARLEY ÜBERGIBT DIGITALPOKAL

2017 wurde im Telefónica BASECAMP schon zum vierten Mal der Digitalpokal verliehen. Der Preis geht an herausragende sozial-digitale Projekte, die von jungen Menschen ins Leben gerufen wurden. Das Siegerprojekt > „Quergedacht“, ein interaktiver Nachhaltigkeitsstadtplan für Dresden, überzeugte im Online-Voting und wurde von Bundesministerin Katarina Barley mit dem Digitalpokal ausgezeichnet. Den Think Big Jurypreis für demokratisches Engagement erhielt das Projekt „Kleiner 5 – Fake News erkennen und entwarnen“, das junge Menschen über Falschmeldungen im Internet aufklärt und ihnen beim kritischen Lesen von Online-Berichten hilft.

### EU CODE WEEK: PROGRAMMIEREN LEICHT GEMACHT

Bereits zum fünften Mal fand auf Initiative der Europäischen Kommission die EU Code Week statt, bei der sich alles um die spielerische Vermittlung des Programmierens drehte. Europaweit haben mehrere Hundert Initiativen, Privatpersonen, Unternehmen und Schulen Projekte gestaltet, mit denen sie junge Leute an das Thema herangeführt haben. So engagierte sich auch das Think Big Coding Lab im Rahmen eines Workshop-tages an der Gemeinschaftsschule in Weil im Schönbuch und zeigte Schülerinnen und Schülern der achten Klasse mit spannenden Aufgaben und Tools, wie einfach Programmieren sein kann.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

**4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit**

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# DATENSCHUTZ UND INFORMATIONSSICHERHEIT IM INTERESSE UNSERER KUNDEN

## UNSER COMMITMENT

Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kunden bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können. Dafür schützen wir die Daten unserer Kunden, Mitarbeiter, Partner und Investoren in allen Produkten und Prozessen und stellen eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Group sicher. Wir agieren dabei einfach und transparent und tauschen uns frühzeitig mit allen relevanten Interessengruppen über Innovationen aus.

Millionen Kunden nutzen jeden Tag die Kommunikationsnetze der Telefónica Deutschland Group und vertrauen unseren Leistungen. Sie erwarten, dass diese die Anforderungen des Datenschutzes und der Informationssicherheit erfüllen.

Mit unserem Datenschutz-Management-System wollen wir eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Group sicherstellen und damit unseren Kunden eine hohe Datensouveränität und Selbstbestimmung ermöglichen.



## UNSERE LEITLINIEN ZUM DATENSCHUTZ

### INNOVATION

Telefónica tauscht sich frühzeitig mit Aufsichtsbehörden, dem Gesetzgeber und sonstigen Stakeholdern aus und nimmt an der Debatte um Datenschutz in der digitalen Welt aktiv teil. Bei der Entwicklung neuer Dienste und Services beachten und etablieren wir datenschutzrechtliche Rahmenbedingungen sowie datenschutzfreundliche Designs und Einstellungen.

### SCHUTZ

Telefónica schützt personenbezogene Daten in Prozessen und Produkten durch organisatorische und technische Maßnahmen. Wir wählen Dienstleister sorgfältig danach aus, dass sie sich vollumfänglich an die gesetzlichen Standards halten. Eine Weitergabe von Daten an Dritte erfolgt nur mit Einverständnis der Kunden oder wenn es gesetzlich erlaubt oder sogar vorgeschrieben ist. Bei der Auswertung von Informationen für statistische Analysen verwenden wir ausschließlich Daten, die anonymisiert und aggregiert sind. Hierbei sind keine Rückschlüsse auf persönliche Informationen möglich.

### SELBSTBESTIMMUNG

Personenbezogene Daten gehören unseren Kunden. Telefónica geht verantwortungsvoll mit diesen Daten um und setzt sich dafür ein, dass die Hoheit über die Daten beim Kunden bleibt.

### TRANSPARENZ

Telefónica kommuniziert transparent gegenüber seinen Kunden und der Öffentlichkeit, wie und wofür das Unternehmen personenbezogene Daten verwendet.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Nachhaltige Innovationen und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

**4.3 Datenschutz und Informationssicherheit**

4.4 Kinder- und Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klimaschutz

6.0 Daten & Fakten

## KLARE INTERNE REGELN UND PROZESSE

Datenschutz und Informationssicherheit sowie die Einhaltung relevanter Gesetze und Verordnungen sind zentrale Bausteine unseres Handelns. Die Umsetzung des Datenschutzes und der Informationssicherheit hinsichtlich der Unternehmensprozesse, Produkte und Services wird bei uns über verschiedene Richtlinien geregelt und abgesichert. Diese gehen teilweise sogar über die gesetzlichen Verpflichtungen hinaus.

Zu den maßgeblichen Rahmenwerken gehören der 2017 überarbeitete Konzernstandard Datenschutz als Grundlage des Datenschutz-Management-Systems sowie unsere Leitlinien zum Datenschutz, mit denen wir unsere Prinzipien im Umgang mit Daten und in der Kommunikation mit unseren Kunden und der Öffentlichkeit offenlegen. Jährlich werden alle Mitarbeiter verpflichtend mit von uns entwickelten Online-Trainings und durch persönliche Schulungen im Datenschutz weitergebildet.

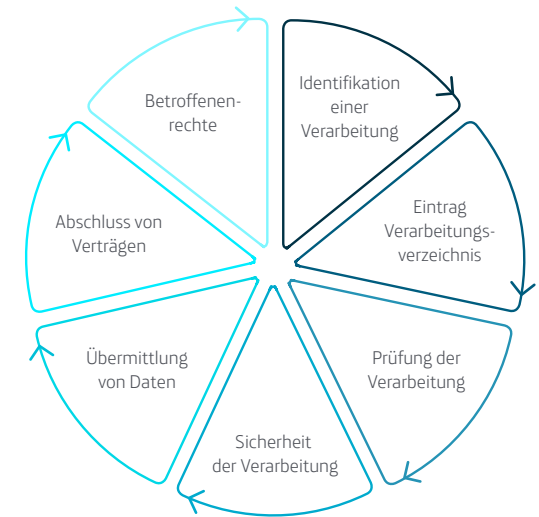
Daneben richten wir uns nach unseren internen Vorgaben zur Sicherheit (Security Global Policy) und unternehmensweit geltenden Regelungen für Mindestsicherheitsanforderungen (Corporate Rule on Minimum Controls). Ergänzt werden diese Vorgaben durch viele weitere Richtlinien, Normen und Verfahrensanweisungen, die verschiedene Datenschutzaspekte verbindlich regeln. 2017 haben wir Planungen zu weiteren Verfahrensanweisungen vorangetrieben, die teilweise im ersten Quartal 2018 veröffentlicht wurden und teilweise im zweiten Quartal noch veröffentlicht werden.

In unseren Geschäftsgrundsätzen verpflichten wir uns zudem zur Wahrung der Informationssicherheit. Wir behandeln sensible Daten vertraulich und sichern sie gegen mögliche Zugriffe von unberechtigten Dritten, etwa über moderne Verschlüsselungsverfahren, ein detailliertes Berechtigungsmanagement oder geografisch verteilte Rechenzentren bei einem standortbezogenen Ausfall. Alle Mitarbeiter werden verpflichtend mindestens alle zwei Jahre durch Online-Trainings zur Informationssicherheit geschult. Darüber hinaus führen wir vierteljährlich Präsenzschulungen zu unterschiedlichen Themen der Informationssicherheit durch.

Zudem ergeben sich verschiedene Herausforderungen, wie etwa die Umsetzung der stetigen regulatorischen Veränderungen. Im Jahr 2018 fällt darunter bspw. die Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung, insbesondere der Datenportabilität. Daher arbeiten wir seit 2017 intensiv an der Umsetzung der Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung und haben dazu ein unternehmensweites Projekt aufgesetzt.

Verbunden mit der Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung haben wir auch die Governance-Struktur des Datenschutz-Management-Systems einer umfassenden Überarbeitung unterzogen. Diese wurde im ersten Quartal 2018 vom Vorstand verabschiedet und ist fortan gültig. Die neue Struktur soll anschließend unternehmensweit eingeführt werden.

## UNSER DATENSCHUTZ-MANAGEMENT-SYSTEM



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

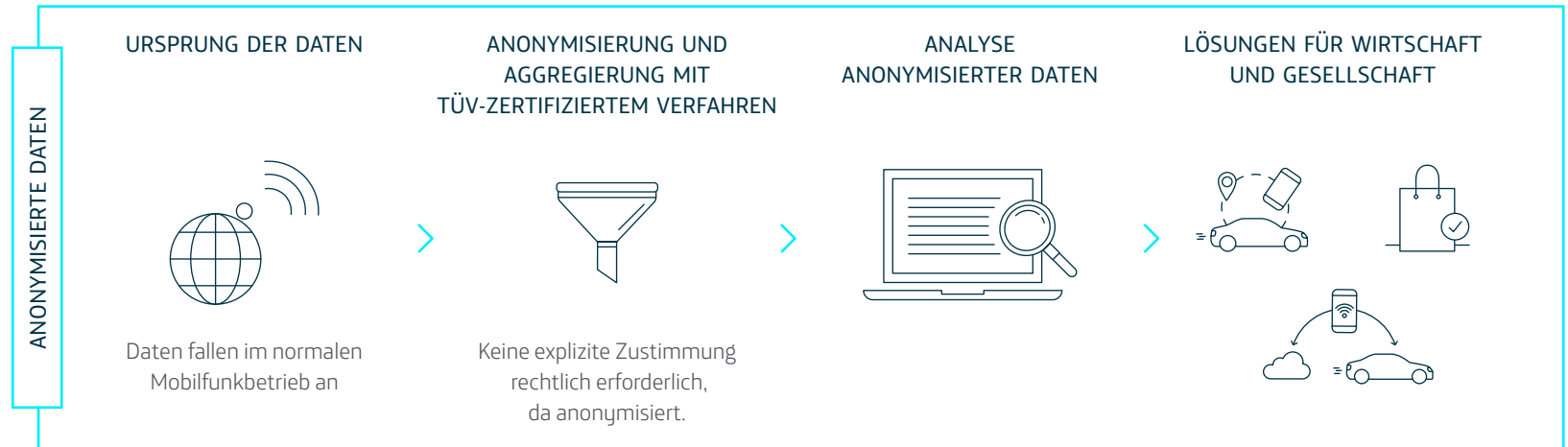
**4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit**

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## KUNDEN BEHALTEN KONTROLLE ÜBER IHRE DATEN – DATEN SIND DURCHGÄNGIG GESCHÜTZT







1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

**4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit**

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## MANAGEMENTPROZESSE ZUM DATENSCHUTZ WEITER INTEGRIERT

Wir verfügen über effiziente Strukturen und Prozesse, die sicherstellen sollen, dass es zu keinen Verstößen im Bereich des Datenschutzes und der Informationssicherheit kommt. Dazu zählen unser unternehmensweites Datenschutz- und das Informationssicherheitsmanagementsystem (DSMS und ISMS), mit denen die Prozesse zu Standards, Zielvorgaben, Verantwortlichkeiten, Trainings und die regelmäßige Kontrolle der umgesetzten Maßnahmen gesteuert werden. Die Verantwortung tragen in diesem Bereich der Datenschutzbeauftragte sowie der Chief Security Officer, die direkt an den CEO bzw. an den Vorstand der Telefónica Deutschland Group berichten.

Alle Mitarbeiter werden auf das Daten- und Fernmeldegeheimnis verpflichtet und kontinuierlich in den Themen Datenschutz und Informationssicherheit geschult. Der Schwerpunkt liegt hier auf den Bereichen Einkauf, Netzwerk und Online-Lieferanten, die mit sensiblen Daten umgehen, verpflichten wir gleichermaßen zu Mitarbeiterschulungen im Datenschutz und behalten uns entsprechende Prüfungen vor.

## DATENSCHUTZ BEI NEUEN PRODUKTEN UND GESCHÄFTSFELDERN

Im Fokus unserer Aktivitäten stand 2017 zudem die frühzeitige und umfassende interne Projektberatung. Die Abteilung des Datenschutzbeauftragten war von Beginn an in die Planung neuer Produkte und

Prozesse involviert und hat die Fachbereiche zur datenschutzfreundlichen und -konformen Gestaltung beraten. Insbesondere im Zusammenhang mit der Neugründung unserer Tochtergesellschaft Telefónica NEXT haben sich zusätzlich relevante Beratungsfelder in den Bereichen smarte Datenanalyse, technischer Datenschutz und Internet of Things ergeben.

Zur Prüfung der Umsetzung datenschutzrechtlicher Vorgaben führen wir sowohl interne als auch externe Audits bei Dienstleistern vor Ort durch. Hier haben wir klare Prozesse und Regelungen zur Einbindung von Subdienstleistern und entsprechende Vorgaben zu Verträgen (Auftragsdatenverarbeitung, ADV) etabliert.

Wir handeln nach festen Regeln hinsichtlich der Meldung von Datenschutzvorfällen für alle Stakeholder. Unsere Datenschutz-Hotline dient hier als möglicher Kontaktpunkt zur Meldung von Vorfällen. Unsere Lieferanten und ihre Mitarbeiter können sich mit Beschwerden im Bereich Datenschutz über das Lieferantenportal der Telefónica Deutschland Group melden.

Vor der Einbindung von Daten in IT-Entwicklungs- und Analyseprozesse nehmen wir standardisierte Prüfungsschritte vor. Darüber hinaus sorgt unsere TÜV-zertifizierte Datenanonymisierungsplattform (DAP) im Rahmen eines dreistufigen Anonymisierungsverfahrens dafür, dass bei statistischen Analysen jeglicher Personenbezug bei Daten entfernt wird. Die DAP kommt vor allem bei der Datennutzung von Telefónica NEXT zum Einsatz.

## KUNDEN PROFITIEREN VON TRANSPARENZ

Zu unseren Prioritäten gehört es, regelmäßig, zielgerichtet und verständlich über die Art unserer Datenverarbeitung aufzuklären. Dazu haben wir insbesondere Standardisierungen für Datenschutzerklärungen etabliert und entsprechende Informationen auf den [Websites](#) unserer Konzernmarken verankert. Über ein besonderes Online-Format können unsere Kunden transparent nachverfolgen, was mit ihren Daten geschieht und welche Kontrollmöglichkeiten sie haben. So kann jeder Kunde der Verwendung seiner Daten widersprechen.

Im Bereich Corporate Security lag 2017 unser Augenmerk zum einen auf der Implementierung und Optimierung eines Informationssicherheitsmanagementsystems für das zusammengeführte Unternehmen, das sich am Standard ISO 27001:2013 orientiert. Zum anderen haben wir uns auf den Aufbau einer funktionsfähigen Governance-Struktur mit übergeordneten Vorgabedokumenten und definierten Prozessen konzentriert.

## SYSTEME FÜR INFORMATIONSSICHERHEIT GESTÄRKT

Zudem ist der Monitoring- und Reporting-Prozess zur Überwachung und Steuerung der Informationssicherheit weiter optimiert worden. Das Corporate Security-Emergency-Center (CSEC) haben wir als





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

**4.3 Datenschutz  
und Informationssicherheit**

4.4 Kinder- und  
Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

neuen Meldeweg für Sicherheitsvorfälle jeglicher Art ausgebaut. Zugleich sind die Security Assessments erweitert worden, die zur Prüfung der Systeme und Prozesse innerhalb der Telefónica Deutschland Group sowie bei Dienstleistern und Lieferanten dienen.

Wir haben Leitlinien für das Geschäftsfeld Advanced Data Analytics entwickelt, die den Datenschutzregelungen des Telekommunikationsgesetzes (TKG) und dem grundrechtlich geschützten Fernmeldegeheimnis gerecht werden.

Das bestehende Programm zur Steigerung des Sicherheitsbewusstseins haben wir mit einer Kombination aus Online-Trainings und Präsenzveranstaltungen fortgeführt. Dazu gehörte die Sensibilisierung für das „Social Engineering“, bei dem Unternehmen nicht nur technisch, sondern auch auf psychologischen Wegen attackiert werden, um das Vertrauen der Mitarbeiter zu gewinnen und sensible Daten abzuschöpfen.

## STAKEHOLDERDIALOG ZUR DATENSICHERHEIT AUSGEBAUT

Wir führen aktiv den Dialog über unser Datenschutzforum, in dem relevante interne Stakeholder vertreten sind, aber auch mit externen Partnern, wie der Bundesnetzagentur (BNetzA) und der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) als maßgeblichen Behörden. Lang andauernde Verfahren vor den Behörden, z. B. zur Verkehrsdatenspeicherung, wurden 2017 vollständig abgeschlossen.

Den Stakeholderdialog haben wir 2017 mit einer neuen Veranstaltungsreihe im Telefónica BASECAMP

gemeinsam mit unserem Partner Der Tagesspiegel intensiviert. Bei den „Data Debates“ werden monatlich Potenziale und Risiken der zunehmenden Datennutzung diskutiert.

Zur verbesserten Prävention gegen Cyber-Angriffe bieten wir unseren Geschäftskunden seit Oktober 2017 einen neuen CyberThreats-Service an. Durch die Bereitstellung von firmeneigenen Tools und den Aufbau strategischer Partnerschaften reagieren wir auf den zunehmenden Bedarf an individuellen und zuverlässigen Sicherheitslösungen für mögliche Gefahren aus dem digitalen Umfeld. Dabei unterstützt der CyberThreats-Service durch ein permanentes Monitoring Unternehmen dabei, potenzielle Angriffe frühzeitig zu identifizieren und entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Mit dem neuen Webportal „Zahl einfach per Handyrechnung“ zeigen wir zusammen mit anderen Mobilfunkanbieter, wie einfach und sicher mobiles Bezahlen inzwischen ist. Die gemeinsame CleanMarket-Initiative setzt sich seit 2011 dafür ein, einheitliche und kundenfreundliche Regelungen für die Zahlung per Handyrechnung zu etablieren, die das Verbrauchervertrauen weiter stärken.

## MAXIMALE TRANSPARENZ BEI DATENSCHUTZVORFÄLLEN

Wir wollen die Verletzung datenschutzrechtlicher Vorschriften möglichst ausschließen. Zudem sind wir bestrebt, das Verhältnis von eingeleiteten Verfahren aufgrund eines Verdachts zu tatsächlichen Verstößen gegen gesetzliche Vorschriften so niedrig wie möglich zu halten. Bei einer Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten sind wir recht-



lich verpflichtet, die zuständigen Aufsichtsbehörden innerhalb von 24 Stunden zu informieren.

Im Geschäftsjahr 2017 gab es ein eingeleitetes Verfahren wegen Datenschutzverletzungen und Verstoß gegen gesetzliche Vorschriften in diesem Bereich. Es wurden keine Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes verhängt. Im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit kam es 2017 zu neun meldepflichtigen Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfällen bzgl. Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit. Es wurden keine Sanktionen in Form von Bußgeldern, die im Zusammenhang mit Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit stehen, verhängt.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

**4.4 Kinder- und  
Jugendschutz**

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

# KINDER- UND JUGENDSCHUTZ IN DER ZUNEHMEND DIGITALEN WELT WEITER STÄRKEN

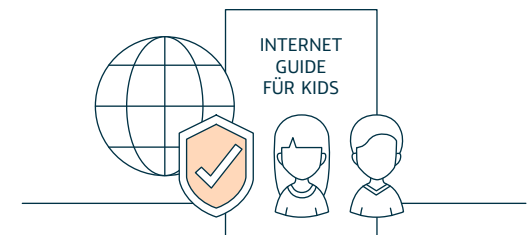


Für die meisten Kinder und Jugendlichen ist das Smartphone mittlerweile ein fester Bestandteil ihrer Lebenswelt. Bei der Telefónica Deutschland Group sehen wir uns in der besonderen Verantwortung, jungen Menschen einen kompetenten und sicheren Umgang mit digitalen Medien zu ermöglichen. Zugleich sind wir auch rechtlich verpflichtet, Kinder und Jugendliche vor problematischen Medieninhalten im Angebot der Telefónica Deutschland Group zu schützen. Die Einhaltung der strengen gesetzlichen Vorgaben zum Jugendmedienschutz in Deutschland hat deshalb für uns oberste Priorität. Damit Produkte und Anwendungen diesen Vorgaben entsprechen, berät und unterstützt uns im Unternehmen ein eigener Jugendschutzbeauftragter.

Wir sorgen über weltweit gültige Richtlinien dafür, dass der Jugendschutz auch bei unseren Geschäftspartnern stets in die Produkt- und Angebotsgestaltung integriert ist. In Deutschland engagieren wir uns

als Mitglied der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (> FSM) und haben uns bereits 2007 zu einer freiwilligen Selbstregulierung beim Jugendmedienschutz im Mobilfunk verpflichtet. Wir wirken im Vorstand der FSM aktiv mit und setzen uns dafür ein, dass der praktische Jugendmedienschutz in Deutschland stets auf neue Trends im Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen eingeht.

Daneben zielt unsere Jugendschutzstrategie auf die Förderung der Medienkompetenz junger Menschen über unser Jugendprogramm Think Big, technische Schutzvorkehrungen und eine transparente Preisgestaltung. So informieren wir unsere Kunden > online zum Jugendschutz, beispielsweise mit Tipps für Eltern zu geeigneten Tarifoptionen und zu besonderen Schutzfunktionen bei Handys. Auch die O<sub>2</sub> Gurus sind wichtige Ansprechpartner für alle Fragen rund um den Jugendschutz.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften



4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

4.1 Nachhaltige  
Innovationen  
und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz  
und Informations-  
sicherheit

**4.4 Kinder- und  
Jugendschutz**

5.0 Umwelt und Klima  
schützen

6.0 Daten & Fakten

## ONLINE-RATGEBER FÜR KINDER UND ELTERN

Besonders Kinder sollten sensibel an die Nutzung von Online-Angeboten und sozialen Medien herangeführt werden. Gemeinsam mit dem Deutschen Kinderhilfswerk, der FSM und dem > fragFINN e. V. haben wir erstmals den > Internet Guide für Kids herausgegeben, der Antworten auf viele Fragen rund um einen sicheren Umgang mit dem Internet gibt. Der Internet Guide wurde im Oktober 2017 auf Deutsch und Türkisch veröffentlicht. Ergänzend können Eltern und Kinder weiterhin auf unseren Handyguide zurückgreifen, der online und ebenfalls auf Deutsch und Türkisch abrufbar ist und mit dem wir seit 2016 zahlreiche Informationen für Eltern und Kinder zur sicheren Nutzung von Smartphones bereitstellen.

Am Safer Internet Day 2018 wurde der neue Internet Guide für Kids im O<sub>2</sub> Tower in München vorgestellt. Die Publikation bietet Kindern und Eltern eine konkrete Hilfestellung für mehr Medienkompetenz im Internet. In einem interaktiven Workshop konnten 80 junge Schüler die Chancen und Gefahren des Internets mit Experten von der Telefónica Deutschland Group, dem Deutschen Kinderhilfswerk, aus Politik und einem YouTuber erarbeiten. In der anschließenden Diskussion wurde insbesondere der pädagogische Einsatz von digitalen Medien diskutiert. Dabei wurde ein gesondertes Schulfach zum Thema „Medien“ vorgeschlagen und für eine ausreichende Unterstützung aus dem direkten Umfeld der Kinder geworben, um den sicheren Umgang mit digitalen Medien zu fördern.

## O<sub>2</sub> PROTECT SCHLIESST SICHERHEITSLÜCKEN

Mit unserer mobilen Sicherheitslösung > O<sub>2</sub> Protect können sich unsere Kunden und deren Kinder vor digitalen Risiken wirksam schützen. Mit O<sub>2</sub> Protect Mobile sichern unsere Kunden ihr Android-Smartphone ab, während der Rundumschutz O<sub>2</sub> Protect Complete einen Online-Schutz für bis zu fünf Geräte gewährleistet. Eltern haben über O<sub>2</sub> Protect Complete zudem die Möglichkeit, eine Kindersicherung zu aktivieren und zu programmieren, auf welche digitalen Inhalte wie lange zugegriffen werden kann.

## UNTERSTÜTZUNG VON SCHULEN UND LEHRKRÄFTEN

Für die Medienkompetenz junger Menschen sind die Schulen von zentraler Bedeutung. Deshalb beteiligen wir uns aktiv am Projekt > „Medien in die Schule“ und fördern die Entwicklung von Lehrmaterialien, die von den Pädagogen frei genutzt und bearbeitet werden können. Unser Fokus lag hier auf der Gestaltung der Unterrichtseinheit „Jugend und Handy“ mit den Themen Datenschutz und bewusster Umgang mit Smartphones. Darüber hinaus engagieren wir uns in der Arbeit des Zentrums für Kinderschutz im Internet, das vom Bundesfamilienministerium als Think-Tank ins Leben gerufen wurde.

Die Broschüre ist online sowie auf Nachfrage in den Shops erhältlich.

> Deutsch

> Türkisch

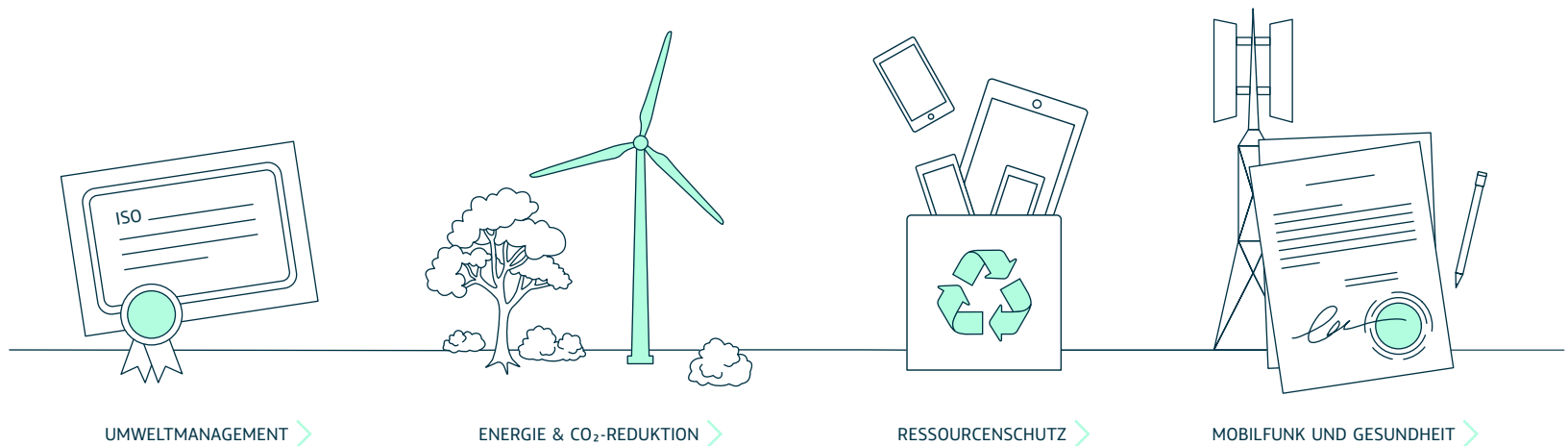




# UMWELT UND KLIMA SCHÜTZEN

## UNSERE AMBITION

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

**5.1 Umwelt-  
management**

5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobifunk und  
Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

# UMWELT- UND ENERGIEPOLITIK GEBEN DIE RICHTUNG VOR

Die Telefónica Deutschland Group verfolgt das Ziel, die Umweltauswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit zu verringern und das Klima zu schützen. Hinsichtlich der Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit haben wir den Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen als wesentlich identifiziert. In der Lieferkette sind wesentliche Auswirkungen in Bezug auf Treibhausgasemissionen und Energieverbrauch sowie Wasserknappheit und Luftverschmutzung festzustellen. Hier verfügen wir allerdings nur über einen begrenzten Einfluss, da die Auswirkungen in den Vorstufen unserer direkten Zulieferer entstehen.

## HEBEL FÜR RESSOURCEN- EFFIZIENZ NUTZEN

Um Energie einzusparen und Treibhausgasemissionen zu reduzieren, investieren wir in energieeffiziente Technik und Gebäude, nutzen erneuerbare Energien, fördern eine schadstoffarme Mobilität und bieten unseren Kunden nachhaltige Produkte und Services. Zugleich verringern wir in unseren eigenen Prozessen die Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen und unser Abfallaufkommen.

Wir handeln im Einklang mit den globalen Unternehmenszielen der Telefónica, S.A. Group in den Bereichen Energie und Klima. So unterstützen wir

aktiv deren Ziel, bis 2020 den Stromverbrauch zu halbieren und die Treibhausgasemissionen gegenüber 2015 um 5 % zu senken. Als Grundlage unseres Handelns haben wir eine unternehmensweite Umwelt- und Energiepolitik verbindlich festgeschrieben. Im Fokus stehen dabei unsere eigenen Betriebsabläufe in den Bereichen Netz, Büroflächen und Mobilität, der verantwortungsbewusste Einkauf sowie unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigen Innovationen. Unsere Umweltpolitik ist gemäß ISO 14001 in der > Umweltrichtlinie verankert.

Unser Unternehmen handelt nach einer eigenen > Energierichtlinie gemäß ISO 50001. Sie baut auf der Umweltrichtlinie auf und legt die Grundsätze des Umweltmanagements im Bereich Energie fest. Dazu gehört eine kontinuierliche Verbesserung der Energieeffizienz mithilfe des Umstiegs auf energiesparende Komponenten im gesamten Unternehmen.

## KONKRETE UMWELTZIELE FORMULIERT

Wir setzen uns verbindliche Ziele zur Senkung des Energieverbrauchs und CO<sub>2</sub>-Ausstoßes und sorgen für die Bereitstellung der notwendigen Ressourcen. Um den Einsatz erneuerbarer Energien zu fördern, beziehen wir bereits dort 100 % Grünstrom, wo wir

die Hoheit über die Strombeschaffung haben. Wir verpflichten uns zur Etablierung allgemeiner Energiemanagementstandards und schrittweisen Umsetzung von Energiemanagementsystemen, die zur Verbrauchsreduzierung und zur höheren Effektivität unserer Prozesse beitragen.

Zur Steuerung unserer Umweltbelange nutzen wir Umwelt- und Energiemanagementsysteme. Die Bürostandorte und eigenen Shops der Telefónica Deutschland Group sind bereits seit 2004 nach der > Umweltmanagementnorm ISO 14001 und der > Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 zertifiziert. Unser Unternehmen verfügt zudem über ein > Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001, das 2016 zertifiziert wurde. 2017 wurde die Einhaltung der weltweit gültigen Standards für die drei genannten Managementsysteme der Telefónica Deutschland Holding AG durch externe Prüfung erneut bestätigt.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

**5.1 Umwelt-  
management**

5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobifunk und  
Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Alle Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group werden regelmäßig zum unternehmensweiten Umwelt- und Energiemanagement geschult. Die Leistungen unserer Managementsysteme messen wir anhand fest definierter Kennzahlen.

## FUNKTIONEN UND VERANTWORTLICHKEITEN VERBINDLICH FESTGELEGT

Zur Steuerung der Themen haben wir die Funktionen eines Energie- und Umweltmanagementsystembeauftragten sowie bereichsübergreifende Umwelt- und Energiekomitees eingerichtet, die gemeinsam mit der CR-Abteilung die Zielerreichung überwachen, wichtige Energie- und Umweltkennzahlen ermitteln, Maßnahmen definieren und Prozesse weiterentwickeln. Umwelt- bzw. Energiebelange und -ziele sowie die entsprechenden Maßnahmen durchlaufen jährlich interne Audits und ein Managementreview gemäß ISO 14001 und ISO 50001.

## PARTNERSCHAFT FÜR UMWELT- UND KLIMASCHUTZ

Ein wichtiger Baustein unseres Umwelt- und Energiemanagements ist die Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern. Dazu gehören die langjährigen Mitgliedschaften in Branchenverbänden und Initiativen – wie zum Beispiel im Umweltpakt Bayern und im Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.) – sowie die Kooperation mit dem NABU (Naturschutzbund Deutschland) e. V.



Durch unsere freiwillige Teilnahme am Energieeffizienz-Netzwerk „Klimapakt Münchner Wirtschaft“ leisten wir zudem einen aktiven Beitrag zur Erfüllung des Klimaschutzziels der Stadt München. Ziel der Kooperation der Landeshauptstadt und der IHK für München und Oberbayern ist es, gemeinsam mit den teilnehmenden Großunternehmen mögliche Einsparpotenziale von CO<sub>2</sub>-Emissionen am Standort München zu identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Zielerreichung zu entwickeln. Weiterhin haben wir im Rahmen des Klimapakts Münchner Wirtschaft Auszubildenden eine „Energie-Scout-Schulung“ der IHK ermöglicht, die sie befähigt, in ihrem Unternehmen neue Energieeinsparpotenziale zu entdecken. Zu den weiteren Förderprojekten gehörte eine Beratung zum betrieblichen Mobilitätsmanagement, um die Senkung verkehrsbedingter Emissionen von Unternehmen zu erreichen.

Unser Engagement für den Klimaschutz unterstreichen wir auch durch die Mitgliedschaft in der RE100-Initiative. Gemeinsam mit der Telefónica, S.A. Group gehören wir diesem Zusammenschluss weltweit agierender Unternehmen an, die sich dazu verpflichtet haben, ihren Energiebedarf zu 100 % mit erneuerbaren Energien zu decken.

Mit unserem Handyrecyclingprogramm sind wir weiterhin auf der Plattform Klimareporting.de als gutes Beispiel für die Emissionsreduzierung im Scope-3-Bereich vertreten. Das Klimaranking des Carbon Disclosure Project (CDP) hat die Telefónica, S.A. Group 2017 erneut in die oberste Kategorie (A List) aufgenommen und damit als Vorreiter für Umweltschutz ausgezeichnet.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 **Energie & CO<sub>2</sub>-Reduktion**

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

# MEHR ENERGIEEFFIZIENZ, WENIGER EMISSIONEN

## COMMITMENT

**Wir reduzieren unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen bis 2020 um 40 % gegenüber 2015 und kaufen jedes Jahr 100 % der Energie, die wir selbst beschaffen und kontrollieren, aus Grünstrom ein.**

Den größten Ressourcenverbrauch unseres Unternehmens verzeichnen wir im Bereich Energie. Energieeffizienz und CO<sub>2</sub>-Reduktion gehören daher zu unseren wichtigsten umweltbezogenen Ansätzen in der Wertschöpfungskette, die mit klaren Zielen unterlegt sind. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

Unser wichtigster Hebel zur Senkung von Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen ist die Netzwerktechnik, die mit knapp 94 % den größten Anteil am Stromverbrauch einnimmt. Unseren Energiever-

brauch pro Datenvolumen wollen wir bis 2020 um 40 % gegenüber 2015 senken.

Wir kaufen bereits heute 100 % der Energie aus Grünstrom ein. Das gilt für die Energie, die wir selbst beschaffen und kontrollieren, etwa für Netzwerk, Büros, Call-Center, Shops und Rechenzentren. Bei unserem gesamten Stromverbrauch, in den auch Dritte einbezogen sind, liegen wir mit 71 %<sup>1</sup> Anteil regenerativer Energien auf dem Niveau des Vorjahres. Durch den Erwerb von Grünstrom von einem kommunalen Energie- und Infrastrukturunternehmen unterstützen wir aktiv die Energiewende in Deutschland. Im Rahmen der Ausbauoffensive Erneuerbare Energien fördert der Energieversorger eine klimafreundliche Energiegewinnung durch die Nutzung erneuerbarer Energie im Strom- und Wärmebereich.

Im Bereich Mobilität streben wir an, die durchschnittliche Flottenemission für die ab 2020 neu zugelassenen Firmenfahrzeuge mittels Anreizen auf

95 g CO<sub>2</sub>/km zu reduzieren. Die durch Geschäftsreisen verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen wollen wir bis 2018 um 10 % gegenüber dem Basisjahr 2015 senken.

Mit der Erreichung unserer Ziele erwarten wir nicht nur Positiveffekte für die Umweltbilanz, sondern auch für unsere Geschäftszahlen, denn die Einsparungen durch eine gesteigerte Energieeffizienz im operativen Geschäftsbetrieb (OPEX) werden sich voraussichtlich bis 2020 auf insgesamt 15 Mio. EUR belaufen.

<sup>1</sup>Durch Effizienzsteigerungen im Netzwerk konnte der Energieverbrauch im Jahr 2017 gesenkt werden. Da der Strom in diesem Bereich aus erneuerbaren Energien beschafft wird, sinkt der prozentuale Anteil des Einsatzes von Grünstrom in diesem Berichtsjahr in der Gesamtbilanz leicht.

## ENERGIE & CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN

Energieintensität  
Die Energieintensität ergibt sich aus dem Energieverbrauch gesamt geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.

### EINHEIT

GWh/PB

### 2015

0,41

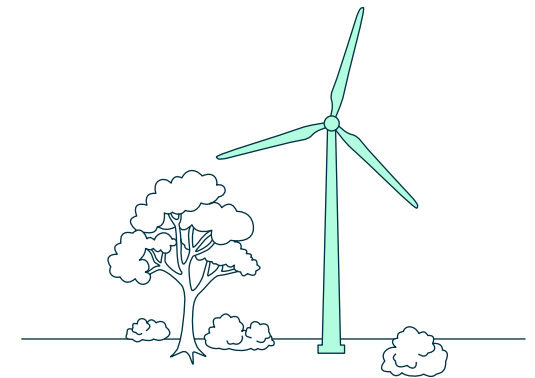
### 2016

0,30

### 2017

0,25

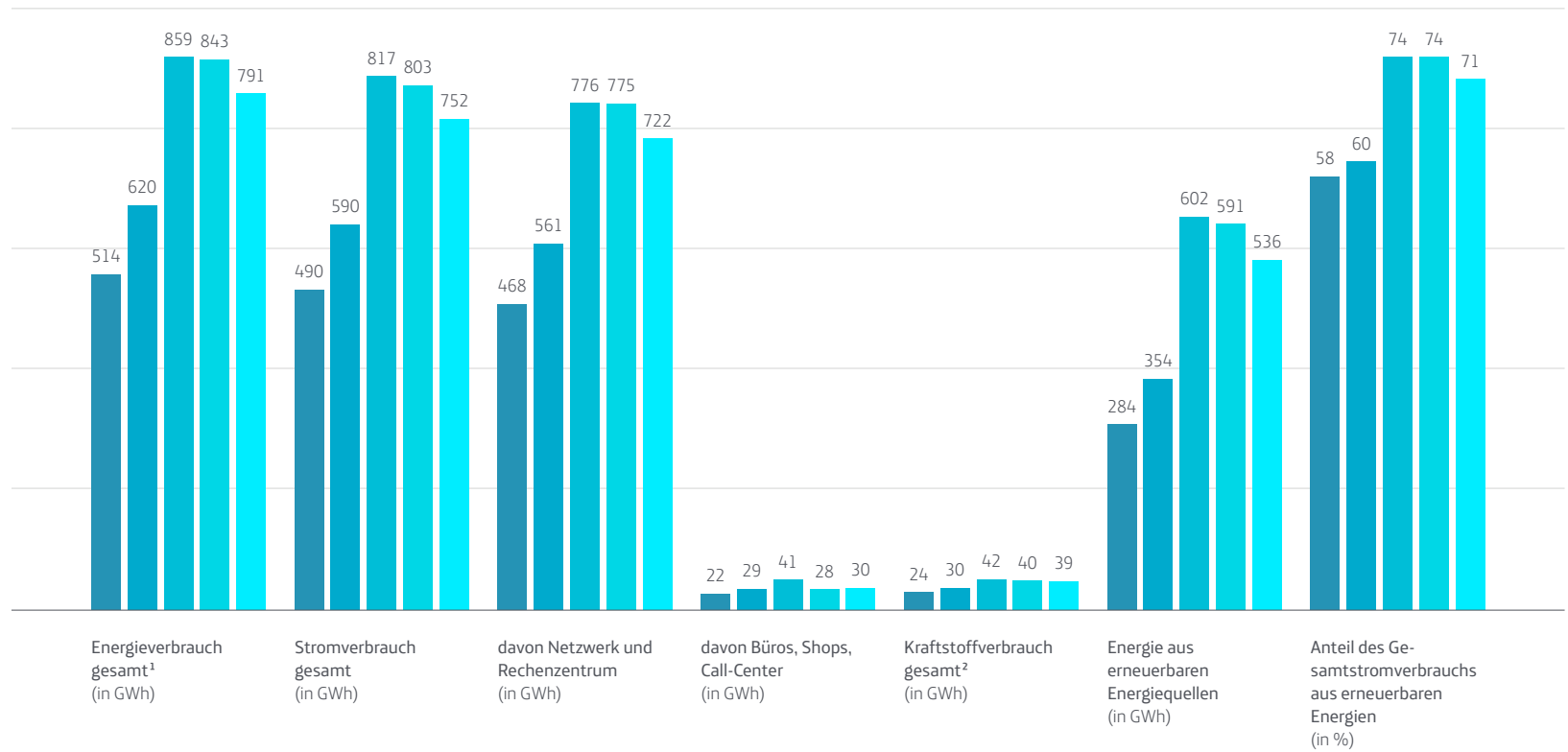
Eine ausführliche Darstellung der Umweltkennzahlen findet sich [hier](#).





## ENERGIEVERBRAUCH 2013–2017

LEGENDE: 2013 2014 2015 2016 2017



<sup>1</sup>Der Stromverbrauch Netzwerk ergibt sich aus der Anzahl der Standorte für Mobilfunk und Festnetz multipliziert mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch je Standort. Dieser wurde auf Basis von historischen Verbrauchsdaten ermittelt.

<sup>2</sup>Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst lediglich die per Direktvertrag zwischen Versorger und Telefónica versorgten Einheiten (72 % der Datenzentren und Verwaltungsgebäude, 4 % der Call-Center und 13 % der Shops (bezogen auf die Fläche in Quadratmetern)) in Abgrenzung zu jenen Einheiten, bei denen die Versorgung über den Vermieter der Einheit verwaltet wird.

Suche

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 **Energie & CO<sub>2</sub>-Reduktion**

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten



## TREIBHAUSGASEMISSIONEN 2013–2017

LEGENDE: 2013 2014 2015 2016 2017

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

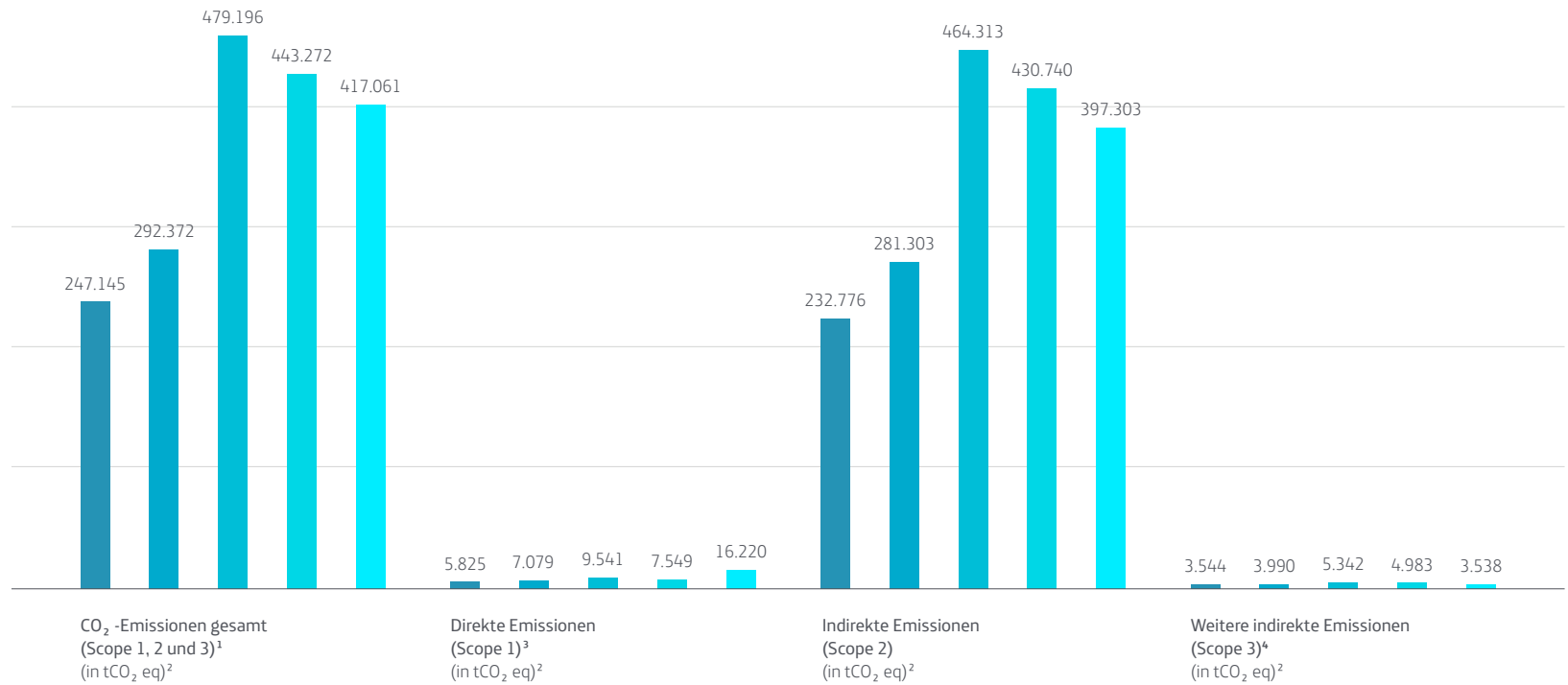
5.1 Umwelt-  
management

**5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion**

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und  
Gesundheit

6.0 Daten & Fakten



<sup>1</sup>Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen (inkl. Scope 1 und Scope 2 in der oberen Darstellung) erfolgt nach ISO 14.064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO<sub>2</sub>-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt, unabhängig davon, dass ein Anteil von 71 % (Vj. 74 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. Die Telefónica Deutschland Group nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (527 g CO<sub>2</sub> pro kWh für 2017; 535 g CO<sub>2</sub> pro kWh für 2016; 569 g CO<sub>2</sub> pro kWh für 2015). Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.

<sup>2</sup>CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> & N<sub>2</sub>O.

<sup>3</sup>Der Anstieg unserer Scope-1-CO<sub>2</sub>-Emissionen ist durch eine neue Methode bei der Hochschätzung des Einsatzes von fluorierten Treibhausgasen (F-Gasen) begründet.

<sup>4</sup>Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen).





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

5.1 Umwelt-  
management

**5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion**

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und  
Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

## MASSNAHMENPAKET ZUR ERREICHUNG UNSERER UMWELTZIELE

Im Zuge des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe haben wir umfangreiche Maßnahmen zur umweltverträglichen Netzwerk- und Bürostandortkonsolidierung realisiert. Zudem haben wir im Bereich Netzwerk eine Reihe wichtiger Energieeffizienzmaßnahmen vorangetrieben, die bis 2018 bzw. 2020 vollständig umgesetzt werden sollen. Dazu gehört die Modernisierung der 2G- und 3G-Netze, von der wir bis Ende 2018 eine Einsparung von 6 GWh bzw. 1,5 GWh erwarten. Die Projekte hierfür sind angelegt, eine abschließende Bilanz können wir aber erst nach Abschluss der Projektlaufzeit ziehen.

### EINSPARUNGEN DURCH NETZUMBAU

Im Rahmen der bis Ende 2018 laufenden Netzkonsolidierung durch Abschaltung und Rückbau von insgesamt rund 14.000 Standorten und der Modernisierung der Netzinfrastruktur rechnen wir mit Einsparungen von ca. 202 GWh. Für 2016 und 2017 betrug die Einsparung durch die Netzwerkkonsolidierung 92,65 GWh.

Weitere Einsparungen von 50 GWh sollen durch die Abschaltung der DSL-Hauptverteiler bis 2020 erfolgen. 2016 und 2017 sind hier 9,64 GWh an Reduzierung erreicht worden.

Im Bereich CO<sub>2</sub>-Management und Mobilität planen wir folgende Maßnahmen, um die bis 2018 bzw. 2020 gesetzten Ziele zu erreichen: Wir wollen gezielt

und systematisch mehr Anreize innerhalb des Unternehmens schaffen, um die Anzahl der Fahrzeuge mit hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu begrenzen und die Nutzung von Elektroautos finanziell zu fördern. Unsere Reiserichtlinie werden wir mit dem Ziel prüfen, zur Vermeidung von Reisen beizutragen sowie die häufigere Nutzung von Videokonferenzen und von Zugfahrten statt Flugreisen zu fördern. Zudem fördern wir aktiv das Arbeiten im Home-Office.

### EFFIZIENZPOTENZIALE IN EIGENEN GEBÄUDEN NUTZEN

Zur klimafreundlichen und effizienten Energieversorgung der betrieblichen Prozesse starten wir weitere Initiativen. So werden wir vor allem den ökologischen Fußabdruck unserer Büros und Shops verringern. Wir geben beispielsweise unseren Altbau Georg-Brauchle-Ring 23–25 am Standort München auf und organisieren den Umzug der Mitarbeiter in unseren O<sub>2</sub> Tower. Im dortigen Headquarter setzen wir ein modernes Konzept des „Arbeitsplatzsharing“ um und können damit unseren vorhandenen Büroraum auch energetisch effizienter nutzen. Des Weiteren steuern wir im O<sub>2</sub> Tower die Beleuchtung teilweise automatisiert über die Gebäudeleittechnik, um unnötigen Energieverbrauch zu vermeiden.

Für mehr Energieeffizienz im Gebäudemanagement sorgen wir auch am Standort Düsseldorf beim Betrieb des dortigen Rechenzentrums, das von zwei Blockheizkraftwerken versorgt wird. Der entsprechende Mietvertrag läuft bis 2019 und ermöglicht uns weiterhin, wirksam zu einer besseren Energie- und Klimabilanz beizutragen.

Der zentrale Logistikstandort der Telefónica Deutschland Group für Mobilfunk-Hardware in Harsewinkel wird zu 100 % mit Energie aus erneuerbaren Quellen betrieben. Hier werden die Lagerhallen in der Warmwasseraufbereitung sowie bei Heizung und Kühlung mittels Erdwärme versorgt, während eine neue Photovoltaikanlage für die solare Stromversorgung genutzt wird.

An unserem Standort in Teltow verfügen wir teilweise über eine sensorgesteuerte Arbeitsplatzbeleuchtung und nutzen somit eine energetisch besonders effiziente und nutzerfreundliche Lösung.

### KLIMAFREUNDLICHER POSTVERSAND

Bereits seit 2013 nehmen wir am Programm „GoGreen“ der Deutschen Post DHL teil. Auf diesem Weg werden CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensiert, die durch den Versand von Unterlagen aus den Kundencentern entstehen. 2017 wurden somit 1.119,23 t CO<sub>2</sub>eq ausgeglichen (einschl. Kennzahl zur erzielten Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen).





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

5.1 Umwelt-  
management

5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion

**5.3 Ressourcenschutz**

5.4 Mobilfunk und  
Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

# VERANTWORTUNGSVOLLE NUTZUNG VON RESSOURCEN

## COMMITMENT

**Wir setzen bis 2020 jedes Jahr mindestens eine weitere relevante Maßnahme zum Schutz von Ressourcen in unseren Strukturen und Prozessen um.**

Die Schonung wertvoller Ressourcen und ein verantwortungsvoller Umgang mit Abfällen sind wesentliche Bestandteile unserer Umwelt- und Energiepolitik.

## PAPIERVERBRAUCH WEITER GESENKT

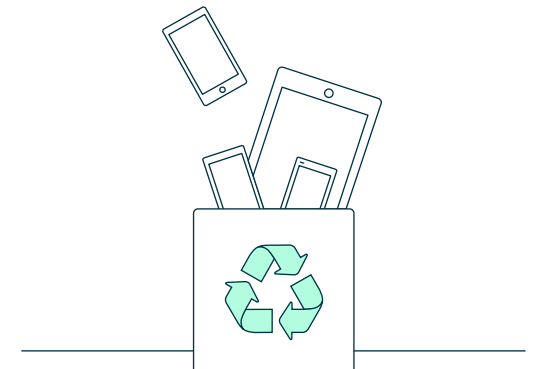
Auch 2017 haben wir unsere Prozesse weiter optimiert und die Chancen der Digitalisierung genutzt, um unsere Kommunikation und Arbeitsweise möglichst papierlos zu gestalten. Der Versand von Nachrichten und Dokumenten erfolgt online, die Gehaltsabrechnungen der Mitarbeiter stellen wir digital zur Verfügung. Zudem unterstützen wir mit unserem Workplace-Konzept die verstärkte Nutzung digitaler Tools am Arbeitsplatz. Mit der digitalen Ablage von Dokumenten können unsere Mitarbeiter einen wichtigen Beitrag zum ressourcenschonenden Umgang mit Papier leisten.

Im Rahmen unserer digitalen Servicestrategie werden wir auch unseren Kundenservice schrittweise papiersparender gestalten. So wollen wir bis Ende 2018 den Anteil der Online-Rechnungen gegenüber dem Basiswert von 90,4 % im Jahr 2015 um 2 % jährlich erhöhen. Im Jahr 2017 lag der Anteil bei insgesamt 86,2 % (Vj. 2016: 88,5 %). Dieser Rückgang ist auf die vollzogene Kundenmigration sowie einen Schnittstellenfehler im Mai 2017 zurückzuführen, der zur Folge hatte, dass ein Teil unserer Online-Kunden eine Papierrechnung erhalten hat. Dieser Fehler konnte im August 2017 behoben werden.

Unseren Kunden erleichtern wir es zudem, ihren eigenen Papierverbrauch zu senken. Mit der **>** Mein O<sub>2</sub> App können sie auf alle wichtigen Informationen rund um die Themen Vertrag, Verbrauch und Rechnungen direkt online zugreifen. Auch ihre Serviceanliegen tragen sie bereits zunehmend digital, per Chat oder auf Social-Media-Plattformen an uns heran.

Im Rahmen der Digitalisierung der Arbeitswelt haben wir 2017 eine Senkung des Papierverbrauchs in Büros, Shops und Call-Centern um 2,9 t und damit um 2,8 % gegenüber dem Vorjahr erzielt.

Neben der Reduzierung des Papierverbrauchs gehört weiterhin der Einsatz von Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“ zu den wichtigsten Maßnahmen. Seit Anfang 2017 wird an Bürostandorten, in Shops und Call-Centern der Telefónica Deutschland Group zu 100 % auf dieses Papierformat zurückgegriffen. Bereits etabliert sind zudem die ausschließliche Nutzung von Papiertüten in unseren O<sub>2</sub> Shops und die elektronische Gehaltsabrechnung für die Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

5.1 Umwelt-  
management

5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion

**5.3 Ressourcenschutz**

5.4 Mobilfunk und  
Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

## TRANSPARENTES UND EFFIZIENTES ABFALLMANAGEMENT

Für uns hat die Vermeidung von Abfall hohe Priorität. Daneben achten wir bei der Entsorgung unvermeidbarer Abfälle streng auf die Einhaltung umweltrechtlicher Standards. Dies gilt in besonderer Weise bei der Demontage tausender Basisstationen im Rahmen der Netzwerkkonsolidierung. Die hier anfallenden Reststoffe lassen wir nur von zertifizierten Unternehmen umweltgerecht entsorgen. Die Entsorgung ausgewählter Stoffe wie etwa Metalle, Elektronik und Flüssigkeiten sind in spezifischen Abfallrichtlinien mit genau beschriebenen Prozessabläufen geregelt.

Im Bereich elektronische Hardware haben wir auch 2017 mit dem gemeinnützigen Unternehmen AfB (Arbeit für Menschen mit Behinderung) zusammengearbeitet, welches ausgediente IT-Geräte, ggf. nach Reparatur und Aufrüstung, für die Weiterverwendung aufbereitet beziehungsweise nicht mehr vermarktete Geräte fachgerecht entsorgt. 2017 konnten 72 % der erfassten Hardware von 29,8t erneut verwendet werden, während der Rest fachgerecht recycelt wurde.

## HANDYRECYCLING SICHERT BESSERE ÖKOBILANZ

Bereits seit mehr als 15 Jahren engagiert sich die Telefónica Deutschland Group im Handyrecycling und arbeitet dabei seit 2015 in enger Partnerschaft mit dem NABU und der gemeinnützigen AfB zusammen. Mittlerweile arbeiten bei der AfB drei Mitarbeiter, davon zwei mit Behinderung, in Vollzeit in den Prozessen zur Abwicklung unseres Handyrecyclingprogramms.

Verbraucher können mit diesem Programm ihre Altgeräte verantwortungsvoll entsorgen (weitere Informationen unter [www.telefonica.de/handyrecycling](http://www.telefonica.de/handyrecycling)). Die AfB löscht die Daten auf den funktionsfähigen Geräten über ein zertifiziertes Verfahren und bereitet diese, soweit möglich, zur Wiedervermarktung auf. Im Vergleich zur Produktion von Neugeräten werden so Emissionen, Metalle und Energie eingespart. Alle anderen Geräte werden mechanisch zerstört und einem Schmelzbetrieb in Europa zur Ressourcengewinnung übergeben. Die Prozesse zur Entsorgung ausgedienter Geräte unterliegen einem jährlichen Monitoring.

Für jedes eingegangene Handy zahlen wir einen Beitrag an den NABU zur Renaturierung der Unteren Havel, dem größten Projekt für Flussrenaturierung in Mitteleuropa. Mit dem Aufstellen von Sammelboxen erhielt das Handyrecyclingprogramm 2017 von REWE-Märkten in fünf Bundesländern wertvolle Unterstützung. Um noch mehr Menschen auf das Handyrecycling aufmerksam zu machen, haben wir gemeinsam mit den Partnern des Programms einen Sammelwettbewerb ins Leben gerufen, bei dem von Schulen und Vereinen mehr als 5.000 Handys zusammengetragen wurden. Im Rahmen des Programms konnten die AfB und der NABU auch ihre Sammlungen bei Geschäftskunden steigern. Zudem wurden Sammelinitiativen beim Umweltbundesamt und in Zusammenarbeit mit engagierten Mitgliedern des Ökoprofit-Clubs in Wiesbaden gestartet.

## NEUER HÖCHSTSTAND BEI EINGESAMMELTEN GERÄTEN

Mit dem Handyrecyclingprogramm wurden im Jahr 2017 insgesamt 76.046 Althandys und damit 22 %

mehr als im Vorjahr eingesammelt. Davon gingen 69.844 Althandys ins Recycling und 6.202 in die Wiedervermarktung. Insgesamt konnten somit 93.691 EUR an den NABU als Teil der Erlöse weitergegeben werden. Für die Wiederverwertung sind zusätzlich 4.113 gebrauchte Endgeräte außerhalb des Handyrecyclingprogramms bei uns eingegangen. Die Anzahl der insgesamt eingesammelten Geräte lag damit insgesamt bei 80.159 Althandys. Die Telefónica Deutschland Group hat sich gemeinsam mit der AfB und dem NABU bei der Entwicklung eines Zertifizierungssystems für Rücknahmesysteme für Mobiltelefone zur Verleihung des Umweltzeichens „Blauer Engel“ aktiv eingebracht und diesen Prozess beim Umweltbundesamt im Rahmen von Expertenanhörungen unterstützt.

## Eco-INDEX: NACHHALTIGKEITSBILANZ FÜR HANDYS

Mehr über den Einfluss des eigenen Handys auf Umwelt und Gesellschaft können O<sub>2</sub> Mobilfunkkunden über den [Eco-Index](#) herausfinden. Er informiert unter anderem zu Energieverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Entsorgungswegen, Sozialstandards in der Produktion und Rohstoffen. Ende 2017 waren 95,35 % unseres aktuellen Produktportfolios bei Smartphones und Feature-Phones, deren Hersteller am Eco-Rating durch Beantwortung des Fragenkatalogs teilnehmen, vom Eco-Index abgedeckt.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken



5.0 Umwelt und Klima  
schützen

5.1 Umwelt-  
management

5.2 Energie &  
CO<sub>2</sub>-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 **Mobilfunk und  
Gesundheit**

6.0 Daten & Fakten

# MOBILFUNK UND GESUNDHEIT

Im Interesse der Gesundheit unserer Kunden verpflichten wir uns zur Einhaltung von Grenzwerten bei Handys sowie Mobilfunkbasisstationen und liefern transparente Informationen über deren elektromagnetische Eigenschaften. Dies ist seit 2001 Teil unserer Selbstverpflichtung gegenüber der Bundesregierung, deren Einhaltung fortlaufend durch externe Gutachten überprüft wird.

Auch bei der Instandhaltung unseres Netzes und der Umrüstung auf den LTE-Standard halten wir gesetzliche Vorschriften sowie Grenzwerte ein. Dies bestätigen uns entsprechende Genehmigungen der zuständigen Behörden. Allein im ersten Halbjahr 2017 haben wir 4.314<sup>1</sup> neue bzw. nach Umbau aktualisierte Standortbescheinigungen der > Bundesnetzagentur erhalten. Für den Auf- und Ausbau unserer Telekommunikationsinfrastruktur sind vor allem die Kommunen wichtige Partner, mit denen wir unsere Zusammenarbeit fortlaufend stärken, so etwa durch die 2016 erfolgte Verlängerung des Mobilfunkpakts Bayern mit der Umsetzung des Förderprogramms für Mobilfunkmessungen und Prognoseberechnungen.

Wir nutzen zudem den engen Austausch zu Best Practices innerhalb der Telefónica, S.A. Group und profitieren von deren Engagement in internationalen Verbänden, Institutionen und Forschungsnetzwerken zur Analyse elektromagnetischer Felder. Um den Wissenstransfer zu diesem Thema zu erleichtern,

finden regelmäßig Trainingsmaßnahmen und Workshops innerhalb des Konzerns statt, bei denen Experten und Wissenschaftler über neueste Entwicklungen und Erkenntnisse zum Gesundheitsschutz beim Mobilfunk informieren.

## BREITE WISSENSBASIS ZU ELEKTROMAGNETISCHEN FELDERN

Im Rahmen der von uns unterstützten MOBI-KIDS-Studie wurde untersucht, ob Kommunikationstechnologien und andere Umwelteinflüsse Risikofaktoren für die Entstehung von Hirntumoren bei Kindern und Jugendlichen sind. Die Studie, zu der wir Daten der Mobilfunknutzung beigesteuert haben, wird von der Ludwig-Maximilians-Universität München durchgeführt und unter anderem vom Bundesamt für Strahlenschutz und der Europäischen Kommission finanziert. Die Datenerhebung ist mittlerweile abgeschlossen und eine Veröffentlichung der Studienergebnisse für 2018 geplant.

Die Telefónica Deutschland Group betreibt zudem im Branchenverbund das Internetportal > [www.informationszentrum-mobilfunk.de](http://www.informationszentrum-mobilfunk.de) zu Themen des Verbraucherschutzes und der gesellschaftlichen Einbettung der Technologieentwicklung im Mobilfunkbereich.

Wir berücksichtigen bei der Analyse der Auswirkungen von Mobiltelefonen auf den Menschen den SAR-Wert, der die bei der Mobilfunknutzung maximal aufgenommene Leistung bemisst. Der SAR-Wert beim Telefonieren wurde von der EU auf maximal 2 W/kg begrenzt. Die Einhaltung des Grenzwertes muss entsprechend den Normen EN 50360 und EN 50361 erfolgen. Weil die Handys ihre Sendeleistungen automatisch regeln und bei Bedarf minimieren, liegen deren SAR-Werte ohnehin meist sogar deutlich unter den erlaubten Grenzwerten. Unsere Kunden haben in den Shops und unter [www.o2.de](http://www.o2.de) die Möglichkeit, sich über den genauen SAR-Wert ihres Mobiltelefons sowie den Gesundheitsschutz zu informieren.

<sup>1</sup>Die Zahl für 2017 bezieht sich allein auf das erste Halbjahr; Daten für das zweite Halbjahr lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



**6.0 Daten & Fakten**

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

# DATEN & FAKTEN



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

# KENNZAHLEN IN DER ÜBERSICHT

Wir messen unsere CR-Leistungen anhand von Kennzahlen und stellen diese in den nachfolgenden Tabellen dar. Die Kennzahlen gelten für die Telefónica Deutschland Group und beziehen sich

auf das Geschäftsjahr 2016 bzw. 2017. Zur besseren Übersichtlichkeit sind die Kennzahlen unterschiedlichen Themenbereichen zugeordnet.

## ÖKONOMISCHE KENNZAHLEN

### BEDEUTENDE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

	EINHEIT	2016	2017
Umsatzerlöse	Mio. EUR	7.503	7.296
Umsatzerlöse aus Mobilfunkdienstleistungen	Mio. EUR	5.437	5.287 <sup>1</sup>
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (OIBDA) bereinigt um Sondereffekte <sup>2</sup>	Mio. EUR	1.793	1.840
CapEx (Investitionsausgaben) Inklusive der Zugänge aus aktivierten Finanzierungsleasingverhältnissen und exklusive der aktivierten Fremdkapitalkosten für Investitionen in Spektrum.	Mio. EUR	1.102	950

### WEITERE FINANZIELLE UND NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Free Cashflow vor Dividenden- und Spektrumszahlungen Der Free Cashflow vor Dividenden- und Spektrumszahlungen ist definiert als die Summe des Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit und des Cashflow aus der Investitionstätigkeit und wurde exklusive der mit den Investitionen in Spektrum verbundenen geleisteten Zinszahlungen berechnet.	Mio. EUR	1.408 (in dieser Kennzahl enthalten sind Gewinne aus dem Verkauf der passiven Funkmasteninfrastruktur des Unternehmens an Telxius S.A.)	680
Nettoverschuldungsgrad Verschuldungsgrad ist definiert als Nettofinanzschulden geteilt durch LTM (Last Twelve Months) OIBDA bereinigt um Sondereffekte (31. Dezember 2017: 1.840 Mio. EUR, 31. Dezember 2016: 1.805 Mio. EUR).	Zum 31.12.2017	0,4x	0,6x

<sup>1</sup>Im Rückgang sind regulatorische Effekte aus der Absenkung der Terminierungsentgelte und der europäischen Roaming-Verordnung in Höhe von insgesamt 146 Mio. EUR enthalten.

<sup>2</sup>Sondereffekte beinhalten zum 31. Dezember 2017 Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 82 Mio. EUR, akquisitionsbezogene Beraterkosten in Höhe von 2 Mio. EUR sowie Erträge aus dem Verkauf von Vermögenswerten von 28 Mio. EUR. Zum 31. Dezember 2016 enthielten die Sondereffekte Restrukturierungsaufwendungen in Höhe 89 Mio. EUR sowie den Nettoveräußerungsgewinn aus dem Verkauf der passiven Infrastruktur von Mobilfunksendemasten an Telxius in Höhe von 352 Mio. EUR. Zu Vergleichszwecken wurde für das OIBDA bereinigt um Sondereffekte ein Vergleichswert für das Geschäftsjahr 2016 berechnet, der die Operate-Lease-Effekte aus dem Verkauf der passiven Infrastruktur der Sendemasten von Telefónica Deutschland im April 2016 berücksichtigt, als sei dieser am 1. Januar 2016 erfolgt.





Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**ÖKONOMISCHE KENNZAHLEN**

**WEITERE FINANZIELLE UND NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN**

	EINHEIT	2016	2017
Netto-Neuanschlüsse mobiles Prepaid-Geschäft	In Tausend	- 195	- 1.903 (in dieser Kennzahl enthalten ist eine technische Bereinigung der Anschlüsse um 1,2 Mio.)
Netto-Neuanschlüsse mobiles Postpaid-Geschäft	In Tausend	1.453	737
Kundenzufriedenheit	Index	7,22	7,18
Mitarbeiterzufriedenheit Ergebnis Arbeitsklima und Engagement in der jährlichen Mitarbeiterumfrage	%	61	67

**WEITERE KENNZAHLEN**

Zahlungen an Mitarbeiter – Personalaufwendungen Löhne und Gehälter, soziale Sicherheit, Altersversorgung, Restrukturierungsaufwendungen	Mio. EUR	646	642
Investment in Forschung und Entwicklung	Mio. EUR	207	266
Standorte mit Zertifikaten Qualität (DIN EN ISO 9001), Umwelt (DIN EN ISO 14001), seit 2016 Energie (DIN EN ISO 50001)	%	100	100
Kunden: Gesamtzahl Anschlüsse	in Tausend	49.346	47.604
Kunden: Mobilfunkanschlüsse	in Tausend	44.321	43.155

**LIEFERKETTE**

Die Daten 2016 zur Lieferkette aus dem CR-Report 2016 wurden der globalen Berechnungsgrundlage angepasst. Die Angaben umfassen hier und im Bericht Volumen und Anzahl der Auftragsvergaben durch die Telefónica Deutschland Group, die über die Telefónica Global Services GmbH (TGS) abgewickelt werden. Die Werte schließen alle Aufträge bis zum 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres ein, unabhängig vom Datum der Abwicklung. Die berichteten Werte in den vorhergehenden Reports unterlagen der Berechnung mit den Auswirkungen auf alle Budgetjahre. Berücksichtigt werden aktuell ACM-Daten (Einkauf-Tool – in ACM sind die Einkaufsprozesse verwaltet). Hinzu kommen definierte Beschaffungsvorgänge, die die Fachabteilungen direkt vornehmen, ohne Beteiligung von TGS. 2017 betrug der Wert der Beauftragungen rund 1,2 Mrd. EUR.

Einkaufsvolumen	Mio. EUR	3.488	3.334
davon: Volumen bei Lieferanten in Deutschland	Mio. EUR	2.456	2.249
Lieferanten	Anzahl	992	888
davon: Lieferanten in Deutschland	Anzahl	633	617
Anteil inländischer Lieferanten	%	63	69
Anteil am Volumen an inländische Lieferanten	%	70	67
Anteil der neuen Lieferanten, die auf ökologische Kriterien, Arbeitsbedingungen und Menschenrechte bewertet wurden	%	100	100
Anzahl von Lieferantenbewertungen (SUMA)	Anzahl	43	56



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## COMPLIANCE

Anteil Mitarbeiter, die zu den Unternehmensgrundsätzen geschult wurden  
Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeiter in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 6.872, Vj. 5.515). In die Berechnung fließen die 5.396 absolvierten Trainings vom 1. Januar 2015 bis 31. Dezember 2017 ein, da der Trainingsturnus drei Jahre beträgt.

Gesamtzahl an Korruptionsfällen

Bestätigte Verdachtsfälle, die zu arbeitsrechtlichen bzw. sanktionellen Maßnahmen führten.

Vorfälle zu Diskriminierung, Verletzung der Geschäftsgrundsätze, Ermittlungen gegen Telefónica Deutschland wegen unlauteren Wettbewerbs oder Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen

Begründete Einwände gegen Werbeverhalten

Zuwendungen an politische Parteien

Eingeleitete Verfahren aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes (§109a TKG)

Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes im laufenden Jahr

Meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit

Sanktionen in Form von Bußgeldern, die im Zusammenhang mit Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit gezahlt wurden

EINHEIT	2016	2017
%	82,8	78,5
Anzahl	0	0
Anzahl	2	0
Anzahl	9	5
EUR	0	0
Anzahl	4	1
Anzahl	1	0
Anzahl	8	9
Anzahl	0	0

## GESELLSCHAFT

Spenden an gemeinnützige Projekte

Die Angaben enthalten nicht den monetären Wert der Zeit- und Sachspenden in Höhe von 69.600 EUR (Vj. 18.438 EUR).

Teilnehmer am Corporate-Volunteering-Programm (Mitarbeiter)

Aufgrund der unterschiedlichen Rechtsträger Telefónica Germany GmbH & Co. OHG und E-Plus Mobilfunk GmbH nach dem Merger konnte das Volunteering-Konzept im Jahr 2017 auf beide Unternehmen übertragen werden.

Zeitspenden

Aus dem von Mitarbeitern geleisteten ehrenamtlichen Engagement multipliziert mit acht Stunden pro sozialen Tag und mit einem 30-EUR-Stundensatz errechnet sich die Angabe in EUR.

Teilnehmer bei Think Big (Jugendliche)

Teilnehmer bei Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren

EINHEIT	2016	2017
EUR	423.175	426.934
Anzahl	127	290
EUR	18.438	69.600
Anzahl	20.453	9.927
Anzahl	1.249	2.795



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**MITARBEITER**

Gesamtbelegschaft (PIP) ohne inaktive Mitarbeiter zum Stichtag 31. Dezember

Die Angaben umfassen hier und im Bericht – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht 2017 veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.281 (Vj. 9.476) Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.

Eine regionale Aufteilung ist bei den Mitarbeiterkennzahlen nicht notwendig, da Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group nur in Deutschland beschäftigt sind.

Gesamtbelegschaft (FTE)

Teilzeitangestellte

Vollzeitangestellte

Festangestellte, unbefristet

Ohne Werkstudenten, Diplomanden und Praktikanten, aber inkl. Aushilfen und Auszubildenden; ohne TGR (Telefónica Global Roaming) und TGS (Telefónica Global Services).

Angestellte, befristet

Mitarbeiter Telearbeit

Arbeitnehmer, für die Kollektivvereinbarungen gelten

Anteil der Arbeitnehmer an der Gesamtbelegschaft, für die Kollektivvereinbarungen gelten

Mitarbeiter mit Behinderung

Auszubildende

Nationalitäten der Mitarbeiter

Frauen in der Belegschaft

Anteil Frauen in der Belegschaft

Gesamtzahl Senior Manager (inkl. Vorstand)

Frauen im Senior Management (inkl. Vorstand)

Anteil Frauen im Senior Management (inkl. Vorstand)

Mitarbeiter mit Behinderung im Senior Management

Nationalitäten im Senior Management

Weibliche Mitglieder im Vorstand

Weibliche Mitglieder im Vorstand

**EINHEIT**

**2016**

**2017**

EINHEIT	2016	2017
Anzahl People in place (PIP)	8.843	8.665
Anzahl Vollzeitäquiva- lent (FTE)	8.385	8.224
Anzahl People in place (PIP)	1.539	1.512
Anzahl People in place (PIP)	7.304	7.153
Anzahl People in place (PIP)	8.096	7.683
Anzahl	747	982
Anzahl	332	302
Anzahl	6.638	7.037
%	ca. 75	ca. 81
Anzahl	234	251
Anzahl	83	81
Anzahl	74	73
Anzahl	3.417	3.329
%	38,6	38,4
Anzahl	62	57
Anzahl	10	8
%	16	14
Anzahl	2	0
Anzahl	4	3
Anzahl	1	2
%	33	25



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**MITARBEITER**

Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen gesamt: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer (Senior Management, Mittleres Management, Rest der Belegschaft)	%	77	76
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Senior Management: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer	%	97	103
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Mittleren Management: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer	%	78	81
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Rest der Belegschaft: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer	%	78	80
Durchschnittsalter der Mitarbeiter Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 26.	Jahre	39,7	40,0
Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit	Jahre	8,6	8,8
Gesamtausgaben für Schulungen und Weiterbildung der Mitarbeiter	Mio. EUR	7,0	6,3
Rücklaufquote der jährlichen Mitarbeiterumfrage	%	65	68
Mitarbeiterfluktuation	Anzahl	1.537	1.509
Mitarbeiterfluktuation Die Angaben umfassen festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) mit Austrittsdatum 31.12.2016 bis 30.12.2017. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 17,4 % im Jahr 2017 (Vj. 17,9 %) entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.	%	17,8	17,2
davon weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	163 (10,6)	179 (11,9)
davon männliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	192 (12,5)	277 (18,4)
davon weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	94 (6,1)	91 (6,0)
davon männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	127 (8,3)	153 (10,1)
davon weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	220 (14,3)	208 (13,8)
davon männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	329 (21,4)	246 (16,3)
davon weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	96 (6,2)	91 (6,0)
davon männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	220 (14,3)	165 (10,9)
davon weibliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	36 (2,3)	39 (2,6)
davon männliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	60 (3,9)	60 (4,0)
Neu eingestellte Mitarbeiter Für das Geschäftsjahr 2017 sind alle Eintritte mit Eintrittsdatum 01.01.2017 bis 31.12.2017 berücksichtigt.	Anzahl	1.554	1.303
davon weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	336 (21,6)	262 (20,1)
davon männliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	415 (26,7)	350 (26,9)
davon weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	151 (9,7)	89 (6,8)
davon männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	177 (11,4)	145 (11,1)
davon weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	119 (7,7)	87 (6,7)

**EINHEIT**

**2016**

**2017**



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**MITARBEITER**

	<b>EINHEIT</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
davon männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	182 (11,7)	146 (11,2)
davon weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	66 (4,2)	39 (3,0)
davon männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	71 (4,6)	59 (4,5)
davon weibliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	25 (1,6)	33 (2,5)
davon männliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	12 (0,8)	93 (7,1)
Anteil der neuen Mitarbeiter an der Gesamtbelegschaft	%	18,0	14,8
Freiwillige Austritte (Voluntary Rotation Index)	%	4,9	6,0
Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch genommen haben (Männer/Frauen) Frauen mit mehrfachen Einträgen wurden jeweils als einzelne Elternzeitler betrachtet, Männer mit doppelten Einträgen wurden als einfache Elternzeitler eingerechnet, bei mehr als zwei Einträgen bei Männern wurde individuell entschieden. Elternzeitler in Teilzeit werden als aktive Mitarbeiter betrachtet.	Anzahl	752 (228 Männer, 524 Frauen)	685 (197 Männer, 488 Frauen)
Mitarbeiter, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten Angaben wurden im Vergleich zum CR-Report 2015 aufgrund veränderter Datenerfassung und -definitionen geringfügig angepasst. Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.	Anzahl	408 (196 Männer, 212 Frauen)	350 (166 Männer, 184 Frauen)
Rückkehrrate an den Arbeitsplatz von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen	%	93 (96 % Männer, 91 % Frauen)	92 (95 % Männer, 89 % Frauen)
Mitarbeiter, die an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren Es wurden diejenigen Mitarbeiter berücksichtigt, die im Vorjahr aus der Elternzeit zurückgekehrt sind und 12 Monate nach ihrer Rückkehr noch im Unternehmen beschäftigt sind.	Anzahl	340 (176 Männer, 164 Frauen)	355 (184 Männer, 171 Frauen)
Verbleibsrate von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen	%	77 (88 % Männer, 68 % Frauen)	92 (95 % Männer, 88 % Frauen)

**GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT**

Abwesenheitsrate (Anzahl der Fehltage aufgrund von Arbeitsunfällen sowie sonstigen Krankheiten/Gesamtzahl der Arbeitstage pro Jahr) x 100	%	5,6 (4,7 % Männer, 7,1 % Frauen)	5,7 (4,7 % Männer, 7,4 % Frauen)
Gemeldete Fehltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit	Anzahl	120.437 (62.347 Männer, 58.090 Frauen)	125.570 (63.106 Männer, 62.464 Frauen)
Unfallrate (Anzahl der Arbeitsunfälle/Gesamtzahl der Arbeitsstunden pro Jahr) x 200.000	Rate	0,19 (0,22 Männer, 0,12 Frauen)	0,83 (0,89 Männer, 0,74 Frauen)
Anzahl der Arbeitsunfälle, die in Fehltagen resultierten <sup>1</sup>	Anzahl	16 (4 Männer, 12 Frauen)	73 (48 Männer, 25 Frauen)

<sup>1</sup>Es wird nicht davon ausgegangen, dass sich die Anzahl der Unfälle in 2017 signifikant erhöht hat; die Steigerung wird auf eine verstärkte Sensibilisierung der Mitarbeiter zurückgeführt, Unfälle zu melden.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**MITARBEITER**

**GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT**

Ausfalltagequote aufgrund von Arbeitsunfällen  
(Fehltagte aufgrund von Arbeitsunfällen/Gesamtzahl der Arbeitsstunden pro Jahr) x 200.000

**EINHEIT**

**2016**

**2017**

Gemeldete Fehltagte aufgrund von Arbeitsunfällen

Anzahl

153  
(129 Männer,  
24 Frauen)

840  
(662 Männer,  
178 Frauen)

Anzahl an Berufskrankheiten

Anzahl

0

0

Todesfälle

Anzahl

0

0

Gremien „Arbeitssicherheit und Gesundheit“ (Arbeitssicherheitsausschusssitzungen und Gesundheitsforen)

Die hohe Anzahl der ASAs im Jahr 2017 begründet sich mit der Forderung der Betriebsräte, die ASAs nicht mehr nur auf Unternehmensebene, sondern auf Ebene der lokalen Betriebsratsregionen durchzuführen (BetrVG). Das beinhaltet eine Erhöhung von vier ASAs im Jahr 2016 auf 28 ASAs im Jahr 2017.

Anzahl

21

62

Trainingsstunden Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit

Anzahl

4.103

4.505

Durchgeführte medizinische Untersuchungen

Anzahl

244

538

**UMWELT**

**ENERGIE UND CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN**

Energieverbrauch gesamt  
Detaillierte Aufstellung auf S. 57.

GWh

843

791

Stromverbrauch gesamt

Der Stromverbrauch ergibt sich aus den 2017 tatsächlich abgerechneten und teilweise prognostizierten Verbrauchsmengen je Stromabnahmestelle.

GWh

803

752

davon Netzwerk und Rechenzentren

GWh

775

722

davon Büros, Shops, Call-Center

GWh

28

30

Anteil des Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energien

Durch Effizienzsteigerungen im Netzwerk konnte der Energieverbrauch im Jahr 2017 gesenkt werden. Da der Strom in diesem Bereich aus erneuerbarer Energie beschafft wird, sinkt der prozentuale Anteil des Einsatzes von Grünstrom in diesem Berichtsjahr in der Gesamtbilanz leicht.

%

74

71

Kraftstoffverbrauch gesamt

Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst die per Direktvertrag zwischen Versorger und Telefónica belieferten Einheiten.

GWh

40

39

Energie aus erneuerbaren Energiequellen

GWh

591

536

Energieintensität

Die Energieintensität ergibt sich aus dem Energieverbrauch gesamt geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.

GWh/PB

0,30

0,25



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## UMWELT

### ENERGIE UND CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN

CO<sub>2</sub>-Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) – standortbasierte Methode (marktbasierter Methode)

Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2 in der Darstellung auf S. 58) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO<sub>2</sub>-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt unabhängig davon, dass ein Anteil von 71 % (Vj. 74 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. Die Telefónica Deutschland Group nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (527 g CO<sub>2</sub> pro kWh für 2017; 535 g CO<sub>2</sub> pro kWh für 2016; 569 g CO<sub>2</sub> pro kWh für 2015). Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.

Direkte Emissionen (Scope 1) mit Kältemittel-Emissionen

Der Anstieg unserer Scope-1-CO<sub>2</sub>-Emissionen ist durch eine neue Methode bei der Hochschätzung des Einsatzes von fluoridierten Treibhausgasen (F-Gasen) begründet.

Indirekte Emissionen (Scope 2) (standortbasierte Methode)

Indirekte Emissionen (Scope 2) (marktbasierter Methode)

Weitere indirekte Emissionen (Scope 3)

Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen)

Vermiedene Emissionen

THG-Intensität

Die Treibhausgas-Intensität ergibt sich aus den CO<sub>2</sub>-Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3), geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.

Mobilfunkstandorte gesamt

Die Anzahl der Standorte beinhaltet nur Standorte ohne Richtfunkverbindungen (Rifu-Repeater), BSC(Base Station Controller)-/RNC(Radio Network Controller)-Standorte.

Standorte in Naturschutzgebieten

Standorte, die mit anderen Netzbetreibern geteilt werden

Überprüfung elektromagnetischer Felder zur Sicherstellung der Grenzwerteinhaltung

Die Zahl für 2017 bezieht sich allein auf das erste Halbjahr; Daten für das zweite Halbjahr lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor. Die Zahl für 2016 weicht gegenüber der im letzten CR-Report berichteten Zahl ab, da diese teilweise auf Hochrechnungen beruhte und zwischenzeitlich reale Zahlen vorliegen.

Investitionen und Ausgaben für die Überprüfung zur Sicherstellung der Grenzwerteinhaltung

Die Zahl für 2017 bezieht sich allein auf das erste Halbjahr. Im Jahr 2017 trat eine neue Gebührenverordnung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (EMVG-FuAG-BGebV) in Kraft. Die Methodik der Ermittlung der Gebühren wird komplett umgestellt, sodass aufgrund von erforderlichen IT-Anpassungen bisher keine Gebührenbescheide nach der neuen Gebührenordnung versandt werden konnten. Wir können daher nicht abschätzen, wie hoch die Gebühren für das zweite Halbjahr 2017 sein werden. Die Zahl für 2016 weicht gegenüber der im letzten CR-Report berichteten Zahl ab, da diese teilweise auf Hochrechnungen beruhte und zwischenzeitlich reale Zahlen vorliegen.

### WASSER

Wasserverbrauch

Die Daten des Wasserverbrauchs beruhen teilweise auf Hochrechnungen.

EINHEIT

2016

2017

	EINHEIT	2016	2017
CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) – standortbasierte Methode (marktbasierter Methode) Die Berechnung der CO <sub>2</sub> -Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2 in der Darstellung auf S. 58) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO <sub>2</sub> -Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt unabhängig davon, dass ein Anteil von 71 % (Vj. 74 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. Die Telefónica Deutschland Group nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (527 g CO <sub>2</sub> pro kWh für 2017; 535 g CO <sub>2</sub> pro kWh für 2016; 569 g CO <sub>2</sub> pro kWh für 2015). Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.	tCO <sub>2</sub> eq (CO <sub>2</sub> eq = CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> & N <sub>2</sub> O)	443.272	417.061 (177.263)
Direkte Emissionen (Scope 1) mit Kältemittel-Emissionen Der Anstieg unserer Scope-1-CO <sub>2</sub> -Emissionen ist durch eine neue Methode bei der Hochschätzung des Einsatzes von fluoridierten Treibhausgasen (F-Gasen) begründet.	tCO <sub>2</sub> eq	7.549	16.220
Indirekte Emissionen (Scope 2) (standortbasierte Methode)	tCO <sub>2</sub> eq	430.740	397.303
Indirekte Emissionen (Scope 2) (marktbasierter Methode)	tCO <sub>2</sub> eq	---	157.505
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen)	tCO <sub>2</sub> eq	4.983	3.538
Vermiedene Emissionen	tCO <sub>2</sub> eq	315.738	282.354
THG-Intensität Die Treibhausgas-Intensität ergibt sich aus den CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3), geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.	tCO <sub>2</sub> eq/PB	211,1	129,8
Mobilfunkstandorte gesamt Die Anzahl der Standorte beinhaltet nur Standorte ohne Richtfunkverbindungen (Rifu-Repeater), BSC(Base Station Controller)-/RNC(Radio Network Controller)-Standorte.	Anzahl	rund 35.000	rund 32.000
Standorte in Naturschutzgebieten	Anzahl	80	89
Standorte, die mit anderen Netzbetreibern geteilt werden	Anzahl	4.924	6.719
Überprüfung elektromagnetischer Felder zur Sicherstellung der Grenzwerteinhaltung Die Zahl für 2017 bezieht sich allein auf das erste Halbjahr; Daten für das zweite Halbjahr lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor. Die Zahl für 2016 weicht gegenüber der im letzten CR-Report berichteten Zahl ab, da diese teilweise auf Hochrechnungen beruhte und zwischenzeitlich reale Zahlen vorliegen.	Anzahl	6.845	4.314
Investitionen und Ausgaben für die Überprüfung zur Sicherstellung der Grenzwerteinhaltung Die Zahl für 2017 bezieht sich allein auf das erste Halbjahr. Im Jahr 2017 trat eine neue Gebührenverordnung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (EMVG-FuAG-BGebV) in Kraft. Die Methodik der Ermittlung der Gebühren wird komplett umgestellt, sodass aufgrund von erforderlichen IT-Anpassungen bisher keine Gebührenbescheide nach der neuen Gebührenordnung versandt werden konnten. Wir können daher nicht abschätzen, wie hoch die Gebühren für das zweite Halbjahr 2017 sein werden. Die Zahl für 2016 weicht gegenüber der im letzten CR-Report berichteten Zahl ab, da diese teilweise auf Hochrechnungen beruhte und zwischenzeitlich reale Zahlen vorliegen.	EUR	6.911.925	4.323.649
Wasserverbrauch Die Daten des Wasserverbrauchs beruhen teilweise auf Hochrechnungen.	m <sup>3</sup>	72.374	87.156



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

**6.1 Kennzahlentabelle**

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**UMWELT**

**UMWELTMANAGEMENT**

Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz

Die Aufwendungen und Investitionen setzen sich zusammen aus: Ausgaben für Abfallmanagement, Kosten für Umweltsteuern, Versicherungen sowie Umweltaudits, Investments zur Reduzierung visueller Auswirkungen sowie der Reduzierung von Lärm, Mitgliedschaften in Umweltorganisationen, Spenden und Lizenzgebühren (z. B. Handyrecycling).

**EINHEIT**

**2016**

**2017**

EUR

304.179

340.072

**MATERIALVERBRAUCH/ABFALLMANAGEMENT**

Papierverbrauch gesamt

t

640,2

562,6

Papierverbrauch (Büros, Shops, Call-Center)  
100 % Recyclingpapier „Blauer Engel“

t

102,5

99,61

Papierverbrauch im Kundenkontakt (für Briefe, Umschläge, Rechnungen)

t

537,7

463

Abfall gesamt

t

1.837,0

1.761,9

Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (z. B. Antennen, veraltete Hardware, Router)

t

304,8

403,0

davon Abfall von Elektronik und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (recycelt)

t

60,4

29,8

davon Mobiltelefone von Kunden

t

13,9

9,4

— Recycelte Mobiltelefone von Kunden

6,2

8,1

— Mobiltelefone von Kunden, die zur Wiederaufarbeitung gesendet wurden

7,6

1,3

davon Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten von Kunden ohne Mobiltelefone (100 % Recycling/Re-Use)

t

230,5

363,8

Abfall oder Schrott von nicht nichtelektrischen bzw. nichtelektronischen Geräten

t

1.532,3

1.875,0

davon Papier- und Kartonabfälle (100 % recycelt)<sup>1</sup>

t

15,4

119,4

davon Kabel, Rohre und Metalle (100 % recycelt)

t

1.436,9

1.681,4

davon Batterien

t

79,7  
(96 % recycelt)

74,2  
(100 % recycelt)

davon gebrauchte Leuchtstoffmittel (100 % Entsorgung)

t

0,3

0

Aufgrund der geringen Menge wurden defekte Leuchtstoffmittel im Jahr 2017 an dezentralen Stellen gesammelt und werden erst 2018 dem Recycling zugeführt.

Anzahl der eingesammelten Althandys

Anzahl

118.064

80.159

Die Anzahl der eingesammelten Geräte umfasst die Handys, die dem Recyclingprozess zugeführt werden und die im Re-Use-Prozess wiederaufbereitet werden. Im Rahmen des Handyrecyclingprogramms wurden 69.844 (Vj. 51.145) Mobiltelefone recycelt und 6.202 (Vj. 11.216) wiederaufbereitet. Für Re-Use sind zusätzlich 4.113 (Vj. 55.703) gebrauchte Endgeräte von Kunden über andere Retourkanäle eingegangen.

Beiträge für eingesammelte Althandys

EUR

70.726

93.691

Für die eingesammelten Althandys im Rahmen des Handyrecyclingprogramms zahlt die Telefónica Deutschland Group einen Beitrag an den NABU e. V. für Naturschutzprojekte.

Eco-Index-geprüfte Mobiltelefone

%

91,9

95,4

Anzahl aller Geräte im aktuellen Smartphone- und Feature-Phone-Portfolio (keine Händler) der Telefónica Deutschland Group, die mit dem Eco-Index gekennzeichnet sind.

<sup>1</sup> Da papierhaltige Abfälle bei der Abholung nicht gewogen, sondern nur Volumen und Anzahl der Abfallbehälter erfasst werden, erfolgte für 2017 eine konservativere Schätzung der Recyclingmenge als in den Vorjahren. Eine Korrektur der Daten für 2016 ist aufgrund fehlender Daten nicht möglich.







1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 **Auszeichnungen**

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

# CR-RELEVANTE PREISE UND AUSZEICHNUNGEN 2017



## ERSTER PLATZ BEI DEN GERMAN AWARDS FOR EXCELLENCE 2017

Im Rahmen der diesjährigen „German Awards for Excellence“ ist Telefónica Deutschland mit dem ersten Platz in der Kategorie Sustainability Innovation ausgezeichnet worden. Die Frankfurter Audit- und Zertifizierungsgesellschaft DQS würdigte damit ein von Telefónica NEXT und Partnern durchgeführtes Pilotprojekt zur Verbesserung der Luftqualität in der Stadt Nürnberg. Im Rahmen des Projekts wurden anonymisierte Mobilfunkdaten ausgewertet, um Verkehrsströme zu analysieren und für die Verkehrsplanung zu nutzen.



## DEUTSCHER INVESTOR RELATIONS PREIS FÜR TELEFÓNICA DEUTSCHLAND

Bereits zum dritten Mal in Folge wurde die Investor-Relations-Abteilung von Telefónica Deutschland 2017 mit dem Deutschen Investor Relations Preis ausgezeichnet. Der Preis wird jährlich für besondere Leistungen im Bereich IR unter den 30 Unternehmen im deutschen TecDAX vergeben. Zudem erreichte Markus Haas als neuer Vorstandsvorsitzender Platz 16 von 148.



## TELEFÓNICA DEUTSCHLAND GEWINNER DES ERSTEN „WOMEN-ON-BOARD-AWARD“

FidAR e. V., die Initiative für mehr Frauen in den Aufsichtsräten, hat Telefónica Deutschland mit dem ersten Women-on-Board-Award ausgezeichnet. Das ausgewogene Geschlechterverhältnis im Vorstand und im Aufsichtsrat sowie auf weiteren Managementebenen brachte dem Unternehmen in diesem Jahr die Auszeichnung als „Best Performer“ ein.



## O<sub>2</sub> ALS BESTER MOBILFUNKANBIETER FÜR VIELTELEFONIERER AUSGEZEICHNET

2017 wurden bereits zum zweiten Mal im Auftrag der WirtschaftsWoche die besten Mobilfunkanbieter ausgezeichnet. O<sub>2</sub> wurde dabei als Preis-Leistungs-Sieger für private Vieltelefonierer gekürt und schnitt zudem in der Kategorie „Onliner“ mit der Bewertung „Sehr gut“ ab. Grundlage für die Bewertung war eine Marktanalyse des Deutschen Kundeninstituts (DKI), welche Tarifangebote sowie Anbieter aus Perspektive unterschiedlicher Verbrauchergruppen analysiert.



## DEUTSCHER FAIRNESS-PREIS 2017 FÜR ALDI TALK UND BLAU

Der Deutsche Fairness-Preis wird jährlich auf Grundlage einer deutschlandweiten Kundenbefragung im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv verliehen. Wie bereits im Vorjahr wurde die Partnermarke ALDI TALK als Gesamtsieger des Deutschen Fairness-Preises 2017 ausgezeichnet. BLAU, eine Eigenmarke von Telefónica Deutschland, belegte den dritten Platz und war damit zum dritten Mal in Folge erfolgreich. Die Bewertung erfolgte in den drei Bereichen Preis-Leistungs-Verhältnis, Transparenz und Zuverlässigkeit.



## SPITZENPLATZIERUNG FÜR IOT SMART CENTER PLATTFORM BEI FUNKSCHAU-LESERWAHL

Im Rahmen der diesjährigen Funkschau-Leserwahl wurde die IoT Smart Center Plattform von Telefónica Deutschland mit dem ersten Platz in der Kategorie „M2M-Dienste/-Plattformen“ ausgezeichnet. Die Plattform bietet Geschäftskunden ein effizientes Tool, um die Datenkommunikation zwischen verschiedenen Geräten oder Maschinen zu steuern und in einer Weboberfläche zusammenzuführen.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

**6.2 Auszeichnungen**

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

# CR-RELEVANTE PREISE UND AUSZEICHNUNGEN 2017



## AUSZEICHNUNG MIT SABRE AWARD EMEA IN DER KATEGORIE TELECOMMUNICATIONS

Telefónica Deutschland hat 2017 mit der Kampagne „Empowering the people through debate on digitalisation“ den SABRE Award EMEA in der Kategorie Telecommunications verliehen bekommen. Mit der Auszeichnung wurde insbesondere das Engagement des Unternehmens für eine öffentliche Debatte rund um das Thema Digitalisierung im Telefónica BASECAMP gewürdigt.



## BESTES MOBILE BANKING BEIM BANKINGCHECK AWARD 2017

Bei der Verleihung des BankingCheck Award 2017 des Online-Bewertungsportals BankingCheck.de wurde die App O<sub>2</sub> Banking in der Kategorie Mobile Banking mit 4,9 von 5,0 möglichen Punkten mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Bei der Bewertung sind insbesondere die kostenlose Nutzung sowie die fortlaufende Einbindung des Kunden in die App-Entwicklung berücksichtigt worden.



## ZWEITER PLATZ FÜR O<sub>2</sub> SHOPS IM CONNECT-SERVICE-TEST

Im diesjährigen Service-Test der Fachzeitschrift connect wurden die O<sub>2</sub> Shops von Telefónica Deutschland mit dem zweiten Platz ausgezeichnet. Mit der Gesamtbewertung „gut“ konnte eine deutliche Steigerung im Vergleich zum Vorjahr erreicht werden. Besonders überzeugend war dabei die kompetente und kundenorientierte Beratung durch die O<sub>2</sub> Gurus.

Diese und weitere Auszeichnungen sind in der Übersicht auf unserer [Website](#) verfügbar.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

**6.3 Mitgliedschaften**

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

# AUSWAHL AUS UNSEREN MITGLIEDSCHAFTEN UND KOOPERATIONEN



Die Auswahl unserer Mitgliedschaften erfolgt nach klaren Regeln und Zielsetzungen. Mitgliedschaften sollen unsere Geschäftstätigkeit unterstützen und einen Rahmen bieten, in dem wir einen gesellschaft-

lichen Mehrwert generieren können. Uns ist es zudem ein besonderes Anliegen, den Austausch zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen innerhalb der Branche zu fördern. Weiterhin betei-

ligen wir uns an Initiativen, die verantwortliches Handeln stärken. Im Folgenden finden Sie eine Auswahl unserer Mitgliedschaften und Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen.

MITGLIEDSCHAFT BZW. KOOPERATION	SEIT	ZIEL	WEBSITE
AfB gGmbH (Arbeit für Menschen mit Behinderung)	2013	Ausgemusterte IT-Hardware von großen Konzernen und öffentlichen Institutionen wird wieder aufbereitet (inkl. Löschung vorhandener Daten) und in den Markt gebracht; mind. 50% der Arbeitskräfte sind Menschen mit Handicap	<a href="http://www.afb-group.eu">www.afb-group.eu</a>
AmCham – American Chamber of Commerce in Germany e. V.	2010	Unternehmensnetzwerk zur globalen Wirtschaftsförderung und für eine deutsch-amerikanischen Partnerschaft	<a href="http://www.amcham.de">www.amcham.de</a>
B.A.U.M. e. V. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management	2011	Vernetzung im größten Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften	<a href="http://www.baumev.de">www.baumev.de</a>
BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.	2001	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT, Telekommunikation und neuen Medien; u. a. aktive Teilnahme an Arbeitsgruppen zu den Themen Datenschutz, Medienpolitik und Arbeitssicherheit	<a href="http://www.bitkom.org">www.bitkom.org</a>
BREKO Bundesverband Breitbandkommunikation e. V.	2005	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation; aktive Teilnahme an diversen Arbeitsgruppen	<a href="http://www.brekoverband.de">www.brekoverband.de</a>
Bundesverband Deutsche Startups e. V.	2012	Unterstützung der deutschen Start-up-Szene	<a href="http://www.deutschestartups.org">www.deutschestartups.org</a>
Clean Power Net	2010	Bundesweiter und branchenübergreifender Zusammenschluss von Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um eine klimaschonende, effizientere und somit intelligentere Energieversorgung für Industrieanwender zu realisieren	<a href="http://www.cleanpowernet.de">www.cleanpowernet.de</a>
DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e. V.	2014	Größter europäischer Fachverband zur Förderung des Dialogs zwischen Unternehmen und Kapitalmärkten	<a href="http://www.dirk.org">www.dirk.org</a>
DKJS – Deutsche Kinder- und Jugendstiftung gGmbH	2004	Einsatz für Bildungserfolg und gesellschaftliche Teilhabe junger Menschen in Deutschland	<a href="http://www.dkjs.de">www.dkjs.de</a>
eco – Verband der Deutschen Internetwirtschaft e. V.	2002	Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation im größten Verband der Internetwirtschaft in Europa für zukünftige Internetthemen	<a href="http://www.eco.de">www.eco.de</a>



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

**6.3 Mitgliedschaften**

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## MITGLIEDSCHAFT BZW. KOOPERATION

## SEIT

## ZIEL

## WEBSITE

Europäische Bewegung Deutschland e. V.

2008

Netzwerk für Europapolitik in Deutschland

[www.netzwerk-ebd.de](http://www.netzwerk-ebd.de)

FSM – Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V.

2005

Jugendschutz (z. B. Verhaltenskodex Jugendschutz Mobilfunk der Mobilfunkanbieter in Deutschland)

[www.fsm.de](http://www.fsm.de)

GSM Association

2008

Weltweite Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter

[www.gsma.com](http://www.gsma.com)

International Telecommunication Union (ITU)

2006

Internationale Kooperation von Regierungen und dem Privatsektor zur Verbreitung von Informations- und Telekommunikationstechnologien (ICT)

[www.itu.int](http://www.itu.int)

Klimapakt Münchner Wirtschaft

2016

In München ansässige Großunternehmen haben sich zur freiwilligen CO<sub>2</sub>-Emissionsreduktion verpflichtet.

[www.muenchen.de/rathaus/wirtschaft/nachhaltig-oeko/klimapakt-muenchner-wirtschaft.html](http://www.muenchen.de/rathaus/wirtschaft/nachhaltig-oeko/klimapakt-muenchner-wirtschaft.html)

MÜNCHNER KREIS

2003

Unabhängige Plattform zur Orientierung für Gestalter und Entscheider in der digitalen Welt

[www.muenchner-kreis.de](http://www.muenchner-kreis.de)

NABU – Naturschutzbund Deutschland e. V.

2015

Engagement für Mensch und Natur durch zahlreiche Projekte zum Arten-, Umwelt- und Naturschutz in Deutschland

[www.nabu.de](http://www.nabu.de)

Stiftung Digitale Chancen

2010

Engagement, um mehr Menschen für die Möglichkeiten des Internets zu interessieren und sie bei der Nutzung zu unterstützen. Ziel ist es, dem Ausschluss benachteiligter Bevölkerungsgruppen von der Entwicklung zur Informationsgesellschaft entgegenzuwirken.

[www.digitale-chancen.de](http://www.digitale-chancen.de)

Umweltpakt Bayern

1995

Freiwillige Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft zum Schutz der Umwelt

[www.umweltpakt.bayern.de](http://www.umweltpakt.bayern.de)

UPJ e. V. – Unternehmen als Partner der Jugend

2005

Netzwerk zwischen Unternehmen und Zivilgesellschaft zu Corporate Social Responsibility

[www.upj.de](http://www.upj.de)

VATM – Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.

2001

Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation; aktive Teilnahme an diversen Arbeitsgruppen

[www.vatm.de](http://www.vatm.de)

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V.

2002

Bundesweit tätige Selbstkontrollinstitution zur Durchsetzung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb

[www.wettbewerbszentrale.de](http://www.wettbewerbszentrale.de)





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

**6.4 Wesentlichkeit nach GRI**

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

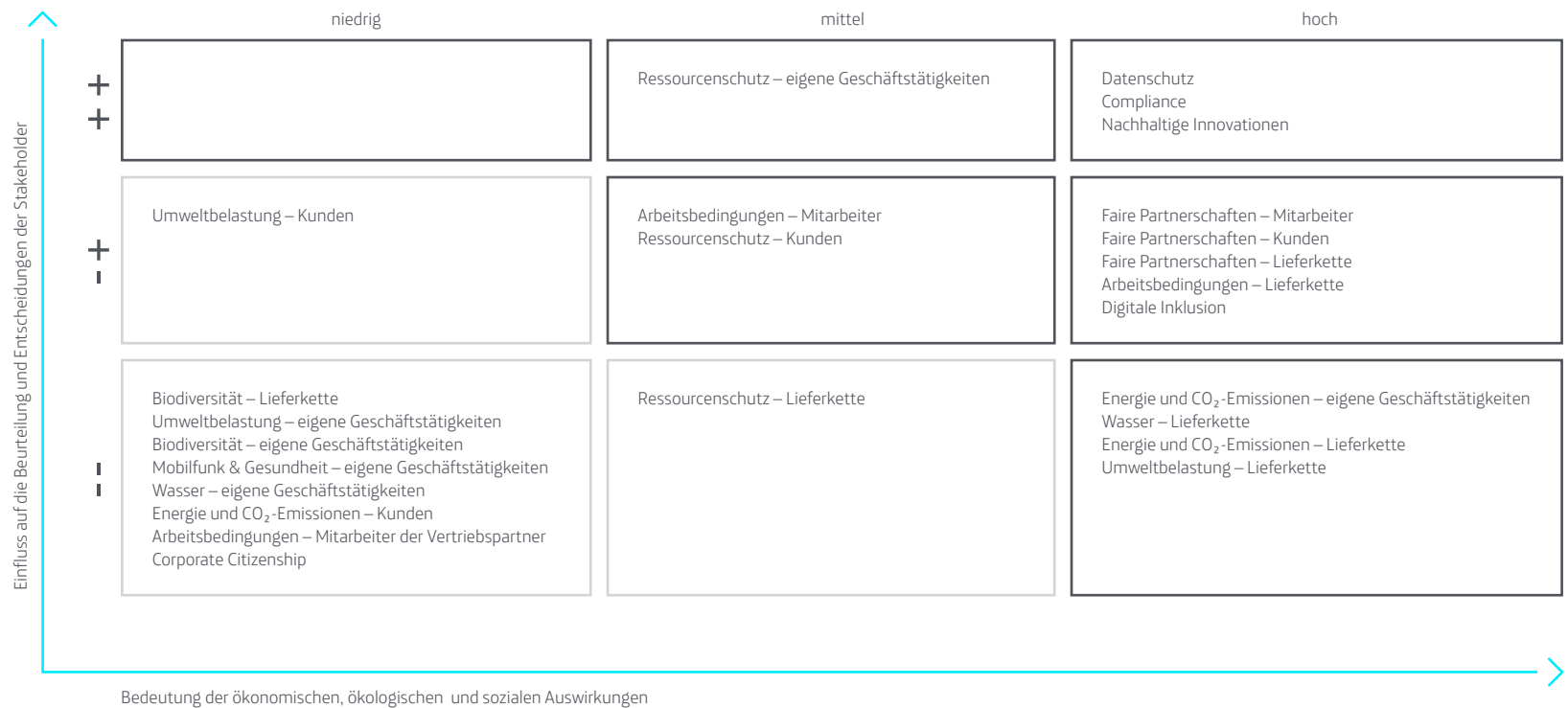
6.9 Impressum

# WESENTLICHKEIT NACH GRI

Die Telefónica Deutschland Group leitet aus einem kontinuierlichen CR-Strategieprozess, der sowohl Stakeholder-Erwartungen als auch Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Geschäftsrelevanz reflektiert, die CR-Schwerpunkte ab. Für die Berichterstattung nach den GRI-Standards sind insbesondere die Perspektive der Stakeholder und unsere gesellschaftlichen Auswirkungen relevant. Im Folgenden

findet sich eine Wesentlichkeitsmatrix nach GRI, die diese kombinierte Betrachtungsweise berücksichtigt. Die Wesentlichkeitsmatrix beinhaltet die Ergebnisse eines seit 2015 laufenden strategischen Bewertungsprozesses wesentlicher CR-Themen. Eine ausführliche Beschreibung dieses Prozesses ist im Unterkapitel 2.2 „CR-Strategie“ (S. 10 f.) zu finden.

**LEGENDE:** Ein ++ stellt dabei eine hohe Bedeutung für beide Stakeholdergruppen dar, ein -- kennzeichnet einen geringen Einfluss auf Beurteilung und Entscheidung und ein +- signalisiert eine unterschiedliche Bewertung durch interne und externe Stakeholder. Die für die Telefónica Deutschland Group wesentlichen Themen finden sich in unten stehender Grafik schwarz umrandet.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

**6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI**

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## ZUORDNUNG NACH GRI-STANDARDS

CR-THEMA	FOKUS/GRENZEN	GRI-STANDARDS
 Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gewährleistung einer fairen und respektvollen Zusammenarbeit mit den Unternehmen, die für Telefónica Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten)</li> <li>— Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Unternehmen, die für Telefónica Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten)</li> <li>— Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen in Unternehmen, die für Telefónica Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten)</li> <li>— Verringerung des Wasserverbrauchs in Unternehmen, die für Telefónica Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten)</li> </ul>	204 – Beschaffungspraktiken 308 – Umweltbewertung der Lieferanten 407 – Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 408 – Kinderarbeit 409 – Zwangs- oder Pflichtarbeit 414 – Soziale Bewertung der Lieferanten
 Arbeitgeber	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gewährleistung eines fairen und respektvollen Umgangs mit den Mitarbeitern von Telefónica</li> <li>— Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter von Telefónica</li> </ul>	401 – Beschäftigung 402 – Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 403 – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 404 – Aus- und Weiterbildung 405 – Vielfalt und Chancengleichheit
 Kunden	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gewährleistung eines fairen und respektvollen Umgangs mit den Kunden von Telefónica</li> </ul>	417 – Marketing und Kennzeichnung
 Compliance	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gewährleistung, dass Mitarbeiter und Partner von Telefónica im Umgang miteinander und mit Kunden alle Gesetze und Vorschriften einhalten</li> </ul>	205 – Korruptionsbekämpfung 206 – Wettbewerbswidriges Verhalten 307 – Umwelt-Compliance 406 – Gleichbehandlung 407 – Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 408 – Kinderarbeit 409 – Zwangs- oder Pflichtarbeit 415 – Politische Einflussnahme 419 – Sozioökonomische Compliance



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

**6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI**

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## CR-THEMA

## FOKUS/GRENZEN

## GRI-STANDARDS

Nachhaltige  
Innovationen



— Entwicklung digitaler Technologien und Angebote, um das Leben der Telefónica Kunden einfacher, sicherer, gesünder und umweltfreundlicher zu gestalten

201 – Wirtschaftliche Leistung  
203 – Indirekte ökonomische Auswirkungen

Digitale Inklusion



— Gewährleistung des physischen Zugangs zu digitalen Technologien und Förderung der digitalen und medialen Kompetenz relevanter Zielgruppen

203 – Indirekte ökonomische Auswirkungen  
413 – Lokale Gemeinschaften  
416 – Kundengesundheit und Kundensicherheit

Datenschutz



— Gewährleistung der Datensicherheit, sodass sensible Daten von Telefónica (z. B. Kundendaten) nicht entwendet, missbraucht oder abgerufen werden können

416 – Kundengesundheit und Kundensicherheit  
417 – Marketing und Kennzeichnung  
418 – Schutz der Kundendaten

Energie & CO<sub>2</sub>-  
Reduktion



— Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen an den Telefónica Standorten

302 – Energie  
305 – Emissionen

Ressourcenschutz



— Verringerung des Verbrauchs knapper Ressourcen an den Standorten und durch Kunden von Telefónica durch Produktanpassung, Recycling und Wiederverwertung

301 – Materialien





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

# ZIELERREICHUNG ZUM JAHRESENDE 2017

Die Umsetzung unserer CR-Strategie messen wir anhand fest definierter Ziele, welche auf die drei CR-Schwerpunktfelder des Responsible Business

Plan 2020 einzahlen und deren Status wir jährlich überprüfen. Die jeweiligen Balken auf den folgenden Seiten geben den Status der Zielerreichung

zum 31.12.2017 an. Fortlaufende Ziele bis 2020 finden sich zudem in der Tabelle „CR-Ziele bis 2020“ (ab S. 85) wieder.

## LEGENDE

Zielerreichungsgrad  
31.12.2017:



## SCHWERPUNKTFELD: VERANTWORTUNGSVOLL WIRTSCHAFTEN

CR-THEMA	ZIELE/MASSNAHMEN	STATUS 31. DEZEMBER 2017
<p>Kunden</p>	Wir verbessern kontinuierlich unseren Kundenservice nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden. Wir setzen dabei auf: — die kontinuierliche Optimierung unserer Service-Kanäle durch verschiedene Maßnahmen, — die Digitalisierung unseres Service-Angebots auf o2online.de und unserer Mein O <sub>2</sub> -App, sowie der Pilotierung von neuen digitalen Kontaktmöglichkeiten.	
	Wir investieren konsequent in unsere Netzinfrastruktur und orientieren uns dabei an dem tatsächlichen Nutzen für unsere Kunden, um so das beste Netzerlebnis für unsere Kunden anbieten zu können.	
<p>Lieferkette</p>	Implementierung der neuen Supply Chain Sustainability Policy und schrittweise Kommunikation an die Lieferanten, die über den zentralen Einkauf gesteuert werden.	
	Anpassung der Einkaufsprozesse der Telefónica Global Services (TGS), der Fachabteilungen der Telefónica Deutschland Group, der CR-Abteilung sowie in den Lieferantenkontakten bis Ende 2020 gemäß der neuen Umsetzungsrichtlinie der Supply Chain Sustainability Policy.	
	Fortführung der Risikoanalysen von Lieferanten im zweijährlichen Turnus und Aufbau eines Systems zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance der Risikolieferanten (bis 2020).	
	Auszeichnung der nachhaltigsten Lieferanten zusammen mit Stakeholdern im Jahr 2017.	





Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**















6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## SCHWERPUNKTFELD: VERANTWORTUNGSVOLL WIRTSCHAFTEN

CR-THEMA	ZIELE/MASSNAHMEN	STATUS 31. DEZEMBER 2017
Arbeitgeber 	Durchführung einer jährlichen anonymisierten Mitarbeiterumfrage mit einer Rücklaufquote von 70 % bis 2020. Anschließend offener Dialog im Rahmen des Action Plannings über die Führungskräfte, die entsprechende Hilfsmittel erhalten.	
	In einem dynamischen Marktumfeld werden wir unsere Unternehmensstruktur stetig optimieren, Führung und Zusammenarbeit weiterentwickeln und unseren Mitarbeitern zeit- und ortsflexible Arbeitsmodelle bieten:	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Entwicklung neuer agiler Organisationsformen, um die interdisziplinäre Zusammenarbeit und schnelle Entscheidungswege zu fördern. Bis 2020 werden mindestens drei bis fünf agile Organisationsformen implementiert.</li> <li>— Kontinuierliche Prüfung welche Art der Führung und Zusammenarbeit in welcher Situation und in welchem Bereich sinnvoll ist, und die Führungskräfte sowie Mitarbeiter hierzu befähigen.</li> <li>— Entwicklung von zeit- und ortsflexiblen Arbeitsmodellen. Bis 2020 sind 100 % der Büromitarbeiter mit Laptops und Diensthandys ausgestattet.</li> </ul>	
	Weiterbildung soll unseren Mitarbeitern in Echtzeit und einfach zugänglich sein. Bis 2020 steht allen Mitarbeitern ein virtueller „Learning Hub“ zur Verfügung. Über diesen erreichen sie in weniger als fünf Klicks das für sie passende Weiterbildungsangebot.	
	Unsere Attraktivität als Arbeitgeber am Markt spiegelt sich in den externen Bewerberzahlen wider.	
	Wir bieten unseren Mitarbeitern attraktive, interne Möglichkeiten zur Weiterentwicklung ihrer Karriere. Wir wollen:	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— bis 2020 durchschnittlich mindestens 30 % der offenen Stellen durch interne Mitarbeiter besetzen,</li> <li>— bis 2020 eine Übernahmequote von 90 % für Azubis und duale Studenten erreichen und</li> <li>— Frauen in ihrer Karriere fördern, indem bis 2020 mindestens 16 % der berechtigten Frauen im Unternehmen an „Women In Leadership“ und dem dazugehörigen Mentoring-Programm teilgenommen haben.</li> </ul>	
	Neudefinition von Ausbildung, dualem Studium und Einführung eines neuen, individuellen Coachings und Mentorings bis Ende 2017.	
	Bis zum Jahr 2020 betreiben wir ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement zur Umsetzung der Ziele und Grundsätze unserer Gesundheitspolitik. Wir führen insbesondere ein nachhaltiges Ziel- und Messsystem (KPIs) zum Arbeits- und Gesundheitsschutz ein, welches mindestens jährlich erhoben wird.	
Compliance 	Wir stellen den Mitarbeitern bis Ende 2017 eine App für ihre Smartphones/Tablets zur Verfügung, die wichtige Informationen, Neuigkeiten und Ansprechpartner zum Thema Compliance enthält.	
	Wir führen im Jahr 2017 Instrumentarien zur qualitativen Messung der Compliance-Awareness bei allen Mitarbeitern ein.	
	Wir verbessern kontinuierlich unser Compliance-Management-System und streben bis 2020 eine externe Zertifizierung nach dem IDW-Prüfungsstandard 980 an.	



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## SCHWERPUNKTFELD: LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

CR-THEMA	ZIELE/MASSNAHMEN	STATUS 31. DEZEMBER 2017
Nachhaltige Innovationen 	Digitalisierung der Energiewende bis 2020: Wir stellen die digitale Infrastruktur zur erfolgreichen Vernetzung von intelligenten Messsystemen (Smart Grid/Smart Meter). Zusammen mit unseren Partnern bieten wir Lösungen, mit denen sie eine höhere Transparenz in Bezug auf ihren Energieverbrauch gewinnen.	
	Minderung der CO <sub>2</sub> -Flottenemissionen bis 2020: Wir bieten Telematik-Lösungen, welche unseren Kunden mehr Transparenz zur Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben zur durchschnittlichen CO <sub>2</sub> -Flottenemission ermöglicht. <sup>1</sup>	
	Vernetzte Mobilität bis 2020: Bereitstellung von Analyse-Applikationen für Firmenfuhrparks zur Verbesserung der Fahrersicherheit, Reduktion des Kraftstoffverbrauchs und Senkung von Wartungskosten.	
	Fließender und umweltfreundlicher Stadtverkehr bis 2020: Gemeinsam mit Partnern entwickeln wir gezielt Analysen auf der Basis unserer Daten, mit denen sich etwa persönliche Shuttleservices für ganze Städte aufsetzen, Treibhausgase kontrollieren und Verkehrsströme bei Großveranstaltungen planen lassen.	
	Mehr Lebensqualität für Senioren bis 2020: Wir entwickeln die digitale Infrastruktur zur erweiterten Betreuung von Senioren mittels intelligent verbundener Sensoren und Applikationen und stellen diese Geschäftspartnern zur Verfügung, damit mehr Menschen bis ins hohe Alter selbstständig leben können, ohne von einer dauerhaften Vor-Ort Betreuung abhängig zu sein.	
	Steigerung des allgemeinen Gesundheitsbewusstseins bis 2020: Wir bieten eine konsumentenorientierte Plattform für das Internet der Dinge, die u. a. Sportbekleidung mit multipler Sensorik und passenden Auswertungsprogrammen aufwertet, sodass jeder Sporttreibende Einblick in seine Vitalwerte erhält.	
Digitale Inklusion 	Verringerung des Risikos missbräuchlichen Kreditkarteneinsatzes im Ausland bis 2020: Wir bieten Lösungen, die die Sicherheit für Konsumenten und Banken bei der Nutzung von Kreditkarten im Ausland erhöhen, indem Banken auf Wunsch des Kartennutzers automatisch über Auslandsreisen informiert werden.	
	Bis Ende 2017 werden wir seit dem Start im Jahr 2010 mit Think Big 105.000 junge Menschen erreicht und ihnen digitale und unternehmerische Fähigkeiten vermittelt haben, die sie brauchen, um einen positiven gesellschaftlichen Wandel zu erreichen. Bis Ende 2017 werden wir: <ul style="list-style-type: none"> <li>— mehr als 8.400 junge Menschen aller Förderstufen inspiriert und erreicht haben,</li> <li>— 185 geförderte Projekte mit 3.600 beteiligten jungen Menschen unterstützt haben,</li> <li>— weitere 4.800 junge Menschen erreicht und digital inspiriert haben.</li> </ul>	
	Bis Ende 2017 werden wir mit dem Programm „Digital Mobil im Alter – Tablets für Senioren“ gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen deutschlandweit 2.000 ältere Menschen erreichen. So tragen wir dazu bei, dass auch die Gruppe der Senioren Zugang zur digitalen Welt erhält und die Vorteile in ihrem Alltag nutzen kann.	

<sup>1</sup> Dieses Ziel zur Minderung der CO<sub>2</sub>-Flottenemissionen wurde im Jahr 2017 mit dem Ziel zur vernetzten Mobilität zusammengeführt. Die Zielerreichung 2017 wird daher für das zusammengeführte Ziel bewertet.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## SCHWERPUNKTFELD: LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

CR-THEMA	ZIELE/MASSNAHMEN	STATUS 31. DEZEMBER 2017
Digitale Inklusion 	O <sub>2</sub> Guru: — Mit den O <sub>2</sub> Gurus bieten wir Inspiration und Unterstützung für Menschen jeden Alters über alle Kanäle, um den Menschen die digitalen Technologien zugänglich zu machen und bei der Lösung technischer Fragen zu helfen. — Wir integrieren Informationsmaterialien für Kinder, Jugendliche und Eltern zur kompetenten Nutzung von Smartphones und dem Internet der Dinge bei den O <sub>2</sub> Gurus. Diese Informationen werden unmittelbar in Beratung und Verkauf integriert, wenn Kunden Produkte für ihre minderjährigen Kinder erwerben. — O <sub>2</sub> Gurus und Guru-Workshops werden fortgesetzt, thematisch aktuell gehalten und methodisch fortwährend optimiert.	
	In Kooperation mit dem Deutschen Kinderhilfswerk entwickeln wir die Broschüre „Internet Guide für Kids“ und veröffentlichen diese im Jahr 2017.	
	Entwicklung einer Engagementstrategie Medienschutz und Medienkompetenzbildung im Jahr 2017. <sup>1</sup>	
	Wir werden weiterhin ein aktiver Stakeholder in der politischen und öffentlichen Debatte zum Jugendmedienschutz sein und arbeiten dafür u. a. im Vorstand der Freiwilligen Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter mit.	
Datenschutz 	Wir passen unser Schulungskonzept zum Datenschutz kontinuierlich an die betrieblichen und gesetzlichen Voraussetzungen an und stellen dabei die gesetzlichen Vorgaben sicher.	
	Wir sind bereits bei der Planung neuer Produkte und neuer Prozesse involviert und beraten die Fachbereiche zu datenschutzrelevanten Aspekten. Wir wirken auf die datenschutzfreundliche Gestaltung der Prozesse und Produkte hin.	
	Wir stehen im regelmäßigen und konstruktiven Dialog mit externen Stakeholdern wie z. B. der Bundesnetzagentur und der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI).	
	Wir informieren transparent, klar, zielgerichtet und verständlich über unsere Datenverarbeitungen. Dabei gehen wir neue Wege bis Ende 2018, um den Betroffenen nicht zu überfrachten.	
	Im Bereich Corporate Security liegt unser Fokus in den Jahren 2017 und 2018 auf folgenden Maßnahmen: — Implementierung und Optimierung eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) für das zusammengeführte Unternehmen, orientiert am Standard ISO 27001:2013 — Aufbau einer funktionsfähigen Governance-Struktur — Optimierung der Informationssicherheit in allen relevanten Geschäftsbereichen und -prozessen — Ausbau des Corporate-Security-Emergency-Centers — Erweiterung von Security Assessments in der Telefónica Deutschland Group	

<sup>1</sup>Das Ziel wurde auf das Jahr 2018 verschoben.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**





6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## SCHWERPUNKTFELD: UMWELT UND KLIMA SCHÜTZEN

CR-THEMA	ZIELE/MASSNAHMEN	STATUS 31. DEZEMBER 2017
Energie & CO <sub>2</sub> -Reduktion 	<p>Energieeffizienzmaßnahmen im Bereich Netzwerk bis 2018 bzw. 2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Modernisierung der 2G-Netze (zu erwartende Einsparung 6 GWh) und 3G-Netze (zu erwartende Einsparung 1,5 GWh) bis Ende 2018.</li> <li>— Im Rahmen der Netzkonsolidierung und Modernisierung Standortabschaltung bis Ende 2018 von ca. 15.000 Netzeinheiten, Einsparung von ca. 202 GWh.</li> <li>— Sukzessive Einsparung von ca. 50 GWh durch Abschaltung der DSL-Hauptverteiler bis 2020.</li> </ul> <p>Die Einsparungen durch Energieeffizienz im operativen Geschäftsbertrieb (OPEX) sollen sich bis 2020 auf 15 Millionen Euro belaufen.</p> <p>Bis Ende 2020 werden wir im Bereich CO<sub>2</sub>-Management und Mobilität Folgendes erreicht haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Reduzierung der durchschnittlichen Flottenemissionen auf 95 g CO<sub>2</sub>/km bis 2020. Dazu überarbeiten wir die Fahrzeug-Richtlinie der Telefónica Deutschland Group, um die Anzahl der Fahrzeuge mit hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu begrenzen und Elektroautos finanziell zu fördern.</li> <li>— 10 % weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen (Basisjahr 2015) bis 2018 inkl. Prüfung und Entwicklung einer neuen Reiserichtlinie,</li> <li>— Entwicklung und Umsetzung eines neuen Konzepts zur emissionsreduzierten Fahrt zur Arbeit und nach Hause bis Ende 2018.</li> </ul>	
Ressourcenschutz 	<p>Ressourcen bewahren wir durch folgende Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Bis Ende 2017 werden wir die Nutzung von Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“ im neuen Unternehmen standardisiert haben. Wir werden Recyclingpapier in allen Büros und Call-Centern von E-Plus und allen Shops des neuen Unternehmens bewertet und implementiert haben.</li> <li>— Weitere Ausweitung des Anteils von Online-Rechnungen um 2 % jährlich (Basiswert für die Online-Rechnungs-Quote Oktober 2015 mit 90,4%) bis 2018, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern.</li> </ul>	



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum



# CR-ZIELE BIS 2020

Unsere CR-Leistung messen und steuern wir auf Basis des Responsible Business Plan 2020. Unsere Fortschritte zur Erfüllung der darin festgelegten Ambitionen und Commitments bewerten wir fortlaufend anhand definierter Ziele bis 2020, welche in der folgenden Tabelle aufgeführt sind.

## VERANTWORTLICH WIRTSCHAFTEN

Unsere Ambition: Wir sind ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder. Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute

Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.

CR-THEMA	ZIELE/MASSNAHMEN 2018–2020
Kunden 	<p><b>Commitment</b> Wir bieten unseren Kunden das beste Produkt- und Serviceerlebnis, neueste Innovationen und eine moderne Netzinfrastruktur. Bis 2020 bieten wir einen der besten Kundenservices in der Branche mit hoher Kundenzufriedenheit.</p> <hr/> <p>Wir verbessern kontinuierlich unseren Kundenservice nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden. Bis 2020 setzen wir dabei auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Die kontinuierliche Optimierung unserer Service-Kanäle</li> <li>— Die Digitalisierung unseres Service-Angebots auf o2online.de und unserer Mein O<sub>2</sub> App und die Pilotierung von neuen digitalen Kontaktmöglichkeiten (z. B. durch Messaging und Chatbots)</li> </ul> <hr/> <p>Wir investieren konsequent in unsere Netzinfrastruktur und orientieren uns dabei an dem tatsächlichen Nutzen für unsere Kunden, um so das beste Netzerlebnis für unsere Kunden anbieten zu können.</p>
Lieferkette 	<p><b>Commitment</b> Wir fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement. Bis 2020 werden in 100 % der Einkaufsvorgänge mit unseren wichtigsten Lieferanten CR-Kriterien berücksichtigt.</p> <hr/> <p>Wir passen die Einkaufsprozesse der Telefónica Global Services (TGS), der Fachabteilungen der Telefónica Deutschland Group, der CR-Abteilung sowie in den Lieferantenkontakten bis Ende 2020 gemäß der Supply Chain Sustainability Policy kontinuierlich an.</p> <hr/> <p>Wir führen die Risikoanalysen von Lieferanten im zweijährlichen Turnus fort und bauen bis 2020 ein System zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance der Risikolieferanten auf.</p>





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## CR-THEMA

Arbeitgeber



## ZIELE/MASSNAHMEN 2018–2020

Commitment

**Wir positionieren uns bis 2020 intern wie extern als attraktiver Arbeitgeber und erreichen durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in unseren Mitarbeiterbefragungen.**

Wir führen eine jährliche anonymisierte Mitarbeiterumfrage durch, mit einer Rücklaufquote von 70 % bis 2020. Anschließend führen wir im Rahmen des Action Plannings einen offenen Dialog über die Führungskräfte, die entsprechende Hilfsmittel erhalten.

In einem dynamischen Marktumfeld werden wir unsere Unternehmensstruktur stetig optimieren, Führung und Zusammenarbeit weiterentwickeln und unseren Mitarbeitern zeit- und ortsflexible Arbeitsmodelle bieten:

- Entwicklung neuer agiler Organisationsformen, um die interdisziplinäre Zusammenarbeit und schnelle Entscheidungswege zu fördern. Bis 2020 werden mindestens drei bis fünf agile Organisationsformen implementiert.
- Kontinuierliche Prüfung, welche Art der Führung und Zusammenarbeit in welcher Situation und in welchem Bereich sinnvoll ist und die Führungskräfte sowie Mitarbeiter hierzu befähigen.
- Entwicklung von zeit- und ortsflexiblen Arbeitsmodellen. Bis 2020 sind 100 % der Büromitarbeiter mit Laptops und Diensthandys ausgestattet.

Weiterbildung soll unseren Mitarbeitern in Echtzeit und einfach zugänglich sein. Bis 2020 steht allen Mitarbeitern eine digitale Lernplattform zur Verfügung. Über diese erreichen sie in weniger als fünf Klicks das für sie passende Weiterbildungsangebot.

Unsere Attraktivität als Arbeitgeber am Markt spiegelt sich in den externen Bewerberzahlen wider.

Wir bieten unseren Mitarbeitern attraktive, interne Möglichkeiten zur Weiterentwicklung ihrer Karriere. Wir wollen:

- bis 2020 durchschnittlich mindestens 30 % der offenen Stellen durch interne Mitarbeiter besetzen,
- bis 2020 eine Übernahmequote von 90 % für Auszubildene und duale Studenten erreichen und
- Frauen in ihrer Karriere fördern, indem bis 2020 mindestens 16 % der berechtigten Frauen im Unternehmen an „Women In Leadership“ und dem dazugehörigen Mentoring-Programm teilgenommen haben.

Wichtiger Bestandteil der Arbeitgeberattraktivität ist auch ein entsprechendes Vergütungssystem für die Mitarbeiter der Telefónica Germany GmbH & Co OHG. Wir führen deshalb bis Ende 2018 ein faires, transparentes und attraktives Vergütungssystem ein, das eine fließende Entwicklung ermöglicht.

Bis zum Jahr 2020 betreiben wir ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement zur Umsetzung der Ziele und Grundsätze unserer Gesundheitspolitik. Wir führen insbesondere ein nachhaltiges Ziel- und Messsystem (KPIs) zum Arbeits- und Gesundheitsschutz ein, welches mindestens jährlich erhoben wird.

Compliance



Commitment

**Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertevorstellungen. Bis 2020 streben wir eine extern anerkannte Zertifizierung unseres Compliance-Management-Systems an.**

Wir stellen den Mitarbeitern im Jahr 2018 eine App für ihre Smartphones/Tablets zur Verfügung, die wichtige Informationen, Neuigkeiten und Ansprechpartner zum Thema Compliance enthält.

Wir verbessern kontinuierlich unser Compliance-Management-System und streben bis Ende 2020 eine externe Zertifizierung nach dem IDW-Prüfungsstandard 980 an.

Wir stärken unsere Präventionsmaßnahmen im Bereich Antikorruption und setzen zu diesem Thema für unsere Mitarbeiter ein neues Training auf.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

Unsere Ambition: Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen. Bis

2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.

### CR-THEMA

### ZIELE/MASSNAHMEN 2018–2020

Nachhaltige Innovationen



#### Commitment

**Wir treiben bis 2020 Technologien zur vereinfachten Vernetzung von Menschen, Geräten und Maschinen in der privaten und industriellen Welt voran. Ziel ist es, unsere Kunden bei der Realisierung von neuen digitalen Produkten und Geschäftsmodellen zu unterstützen.**

Digitalisierung der Energiewende bis 2020: Wir stellen die digitale Infrastruktur zur erfolgreichen Vernetzung von intelligenten Messsystemen (Smart Grid/Smart Meter). Zusammen mit unseren Partnern bieten wir Lösungen, mit denen sich eine höhere Transparenz zum Energieverbrauch gewinnen lässt.

Vernetzte Mobilität und Minderung der CO<sub>2</sub>-Flottenemissionen bis 2020: Wir stellen Analyse-Applikationen für Firmenfuhrparks zur Verbesserung der Fahrersicherheit, Reduktion des Kraftstoffverbrauchs und Senkung von Wartungskosten bereit. Zudem bieten wir Telematik-Lösungen, welche unseren Kunden mehr Transparenz zur Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben zur durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Flottenemission ermöglicht.

Fließender und umweltfreundlicher Stadtverkehr bis 2020: Gemeinsam mit Partnern entwickeln wir gezielt Analysen auf der Basis unserer Daten, mit denen sich etwa persönliche Shuttleservices für ganze Städte aufsetzen, Treibhausgase kontrollieren und Verkehrsströme bei Großveranstaltungen planen lassen.

Mehr Lebensqualität für Senioren bis 2020: Wir entwickeln die digitale Infrastruktur zur erweiterten Betreuung von Senioren mittels intelligent verbundener Sensoren und Applikationen und stellen diese Geschäftspartnern zur Verfügung, damit mehr Menschen bis ins hohe Alter selbstständig leben können, ohne von einer dauerhaften Vor-Ort Betreuung abhängig zu sein.

Steigerung des allgemeinen Gesundheitsbewusstseins bis 2020: Wir bieten eine konsumentenorientierte Plattform für das Internet der Dinge, die u. a. Sportbekleidung mit multipler Sensorik und passenden Auswertungsprogrammen aufwertet, sodass jeder Sporttreibende Einblick in seine Vitalwerte erhält.

Verringerung des Risikos betrügerischer Aktivitäten im Finanzdienstleistungssektor, wie z. B. missbräuchlicher Zugriff auf Online-Banking-Dienste bis 2020: Wir bieten Lösungen, die die Sicherheit für Konsumenten und Banken erhöhen, indem sie Unternehmen aus dem Finanzdienstleistungssektor die Möglichkeit geben, die Korrektheit von Transaktionen oder Anmeldungen von Kunden zu verifizieren.<sup>1</sup>

Digitale Inklusion



#### Commitment

**Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Förderprogrammen wie Think Big, Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren und unseren O<sub>2</sub> Gurus geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für 10 Millionen Menschen.**

Bis Ende 2018 werden wir mehr als 7.500 junge Menschen digital inspiriert und erreicht haben (70 geförderte Projekte mit über 1.300 beteiligten jungen Menschen und mehr als 6.200 weitere junge Menschen digital inspiriert und in der Entwicklung ihrer digitalen Kompetenzen on- und offline unterstützt).

Damit werden wir bis Ende 2018 seit dem Jahr 2010 mit Think Big mehr als 115.000 junge Menschen erreicht und ihnen digitale Kompetenzen sowie kommunikative und unternehmerische Fähigkeiten vermittelt haben, um in der digitalisierten Welt handlungsfähig und fit für ihr späteres Arbeits- und Berufsleben zu sein.

Mit dem Programm „Digital mobil im Alter–Tablets für Senioren“ wollen wir im Jahr 2018 gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen deutschlandweit mindestens 2.900 ältere Menschen erreichen (davon ca. 2.000 Projektteilnehmer (einschl. Online-Nutzer) und 900 Multiplikatoren im Seniorenalter). Hinzu kommen geschätzt weitere 600 Multiplikatoren jüngerer Alters. So tragen wir mit unseren Tablet-Ausleihen zum einen dazu bei, dass auch die Gruppe der Senioren Zugang zur digitalen Welt erhält, Nutzungsbarrieren durch die Erhöhung des Technikverständnisses und der Technikakzeptanz abbaut und die Vorteile der Digitalisierung in ihrem Alltag nutzen kann. Zum anderen wollen wir mit der Durchführung von Veranstaltungen zur Etablierung interessengeleiteter Medienkompetenzvermittlung für Senioren neue Netzwerke aufbauen und bestehende verfestigen.

<sup>1</sup>Das Ziel wurde auf Basis einer Relevanzbewertung für den Zeitraum ab 2018 angepasst.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## CR-THEMA

Digitale Inklusion



## ZIELE/MASSNAHMEN 2018–2020

Commitment

Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Förderprogrammen wie Think Big, Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren und unseren O<sub>2</sub> Gurus geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für 10 Millionen Menschen.

O<sub>2</sub> Guru:

- Mit den O<sub>2</sub> Gurus bieten wir Inspiration und Unterstützung für Menschen jedes Alters über alle Kanäle, um den Menschen die digitalen Technologien zugänglich zu machen und bei der Lösung technischer Fragen zu helfen.
- Wir integrieren Informationsmaterialien für Kinder, Jugendliche und Eltern zu kompetenter Nutzung von Smartphones und dem Internet der Dinge bei den O<sub>2</sub> Gurus. Diese Informationen werden unmittelbar in Beratung und Verkauf integriert, wenn Kunden Produkte für ihre minderjährigen Kinder erwerben.
- O<sub>2</sub> Gurus und die zugehörigen Guru-Workshops werden fortgesetzt, thematisch aktuell gehalten und methodisch fortwährend optimiert.

Wir entwickeln im Jahr 2018 eine Engagementstrategie Medienschutz und Medienkompetenzbildung.

Wir werden weiterhin ein aktiver Stakeholder in der politischen und öffentlichen Debatte zum Jugendmedienschutz sein und arbeiten dafür u. a. im Vorstand der Freiwilligen Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter mit.

Datenschutz



Commitment

Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kunden bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können. Dafür schützen wir die Daten unserer Kunden, Mitarbeiter, Partner und Investoren in allen Produkten und Prozessen und stellen eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Group sicher. Wir agieren dabei einfach und transparent und tauschen uns frühzeitig mit allen relevanten Interessengruppen über Innovationen aus.

Wir passen unser internes Schulungskonzept zum Datenschutz kontinuierlich an die betrieblichen und gesetzlichen Voraussetzungen an und stellen dabei die gesetzlichen Vorgaben sicher. In diesem Zusammenhang erfolgt die Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung sowie die Anpassung der entsprechenden Schulungen und Informationsmaßnahmen.

„Privacy by design/default“: Wir sind bereits bei der Planung neuer Produkte und neuer Prozesse involviert und beraten die Fachbereiche zu datenschutzrelevanten Aspekten. Wir wirken auf die datenschutzfreundliche Gestaltung der Prozesse und Produkte hin.

Wir stehen im regelmäßigen und konstruktiven Dialog mit externen Stakeholdern wie z. B. der Bundesnetzagentur und der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI).

Auch im Jahr 2018 informieren wir Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten transparent, klar, zielgerichtet und verständlich über unsere Datenverarbeitungen.

Im Bereich Corporate Security liegt unser Fokus 2018 auf folgenden Maßnahmen:

- Implementierung und Optimierung eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) für das zusammengeführte Unternehmen, orientiert am Standard ISO 27001:2013
- Aufbau einer klaren Governance-Struktur
- Optimierung der Informationssicherheit in allen relevanten Geschäftsbereichen und -prozessen
- Ausbau des Corporate-Security-Emergency-Centers
- Erweiterung von Security Assessments in der Telefónica Deutschland Group







1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

**6.5 CR-Ziele**

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## UMWELT UND KLIMA SCHÜTZEN

Unsere Ambition: Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzuspa-

ren. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

### CR-THEMA

### ZIELE/MASSNAHMEN 2018–2020

Energie und CO<sub>2</sub>-Reduktion



#### Commitment

**Wir reduzieren unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen bis 2020 um 40 % gegenüber 2015 und kaufen jedes Jahr 100 % der Energie, die wir selbst beschaffen und kontrollieren, aus Grünstrom ein.**

Bis 2018 bzw. 2020 werden wir folgende Energieeffizienzmaßnahmen im Bereich Netzwerk umgesetzt haben:

- Modernisierung der 2G-Netze (zu erwartende Einsparung 6 GWh) und 3G-Netze (zu erwartende Einsparung 1,5 GWh) bis Ende 2018.
- Im Rahmen der Netzkonsolidierung und Modernisierung Standortabschaltung bis Ende 2018 von ca. 15.000 Netzeinheiten, Einsparung von ca. 202 GWh.
- Sukzessive Einsparung von ca. 50 GWh durch Abschaltung der DSL-Hauptverteiler bis 2020.

Die Einsparungen durch Energieeffizienz im operativen Geschäftsbetrieb (OPEX) sollen sich bis 2020 auf 15 Millionen Euro belaufen.

Bis Ende 2020 werden wir im Bereich CO<sub>2</sub>-Management und Mobilität Folgendes erreicht haben:

- Reduzierung der durchschnittlichen Flottenemission für die ab 2020 neu zugelassenen Firmenfahrzeuge mittels Anreizen auf 95 g CO<sub>2</sub>/km. Dazu überarbeiten wir die Fahrzeugrichtlinie der Telefónica Deutschland Group, um die Anzahl der Fahrzeuge mit hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu begrenzen und Elektroautos finanziell zu unterstützen.
- 10 % weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen (Basisjahr 2015) bis 2018 inkl. Prüfung und Entwicklung einer neuen Reiserichtlinie.
- Entwicklung und Umsetzung eines neuen Konzepts zur emissionsreduzierten Fahrt zur Arbeit und nach Hause bis Ende 2018.

Ressourcenschutz



#### Commitment

**Wir setzen bis 2020 jedes Jahr mindestens eine weitere relevante Maßnahme zum Schutz von Ressourcen in unseren Strukturen und Prozessen um.**

Wir weiten den Anteil von Online-Rechnungen weiter aus, um 2 % jährlich (Basiswert für die Online-Rechnungs-Quote Oktober 2015 mit 90,4 %) bis 2018, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern.

Bis Ende 2018 werden wir den Papierverbrauch in Büros, Shops und Call-Centern durch den schonenden Einsatz und Nutzung der Möglichkeiten unserer digitalen Umwelt um weitere 2 % gegenüber dem Vorjahr 2017 reduzieren.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

**6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers**

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT ÜBER NACHHALTIGKEITSINFORMATIONEN

AN DIE TELEFÓNICA DEUTSCHLAND HOLDING AG, MÜNCHEN

Wir haben die Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der Telefónica Deutschland Holding AG, München (im Folgenden „Gesellschaft“), für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 (im Folgenden „Bericht“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

### VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“).

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

### UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

**6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers**

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

## VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die Angaben im Bericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im Nachhaltigkeitsbericht verwiesen wird.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Angaben im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung der gesetzlichen Vertreter und relevanter Mitarbeiter, die in die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben im Bericht unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien
- Analytische Beurteilung ausgewählter Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Einsichtnahme in ergänzende Unterlagen und unterstützende Systeme
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Jahresabschluss und Lagebericht





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

**6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers**

6.7 GRI Content Index

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

- Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung
- Verwertung der Zertifizierung der Indikatoren für Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen nach ISO 14064 durch einen unabhängigen Dritten

## PRÜFUNGSURTEIL

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Angaben im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

## VERWENDUNGSZWECK DES VERMERKS

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Gesellschaft geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt. Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

München, den 04. Mai 2018

PricewaterhouseCoopers GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad  
Wirtschaftsprüfer

ppa. Annette Daschner



# GRI CONTENT INDEX

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

Der CR-Report der Telefónica Deutschland Group wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards:

Option Umfassend und den Anforderungen des GRI Materiality Disclosure Service erstellt.



## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

GRI 101: Grundlagen 2016

### ORGANISATIONSPROFIL

GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-1	Name der Organisation	Unternehmensporträt (S. 6)	
	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Unternehmensporträt (S. 6 f.)	
	102-3	Ort des Hauptsitzes	Unternehmensporträt (S. 6)	
	102-4	Betriebsstätten	Unternehmensporträt (S. 6)	
	102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Unternehmensporträt (S. 6) GB (Lagebericht) (S. 7)	
	102-6	Bediente Märkte	Unternehmensporträt (S. 6)	
	102-7	Größenordnung der Organisation	Unternehmensporträt (S. 6) GB (Lagebericht) (S. 5)	
	102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 67) Im Berichtszeitraum 2017 waren insgesamt 7.153 Vollzeit-angestellte (davon 4.993 Männer und 2.160 Frauen) sowie 1.512 Teilzeitangestellte (davon 343 Männer und 1.169 Frauen) bei der Telefónica Deutschland Group beschäftigt. Insgesamt waren 7.683 Festangestellte unbefristet (davon 4.778 Männer und 2.905 Frauen) sowie 982 Angestellte befristet (davon 558 Männer und 424 Frauen) bei der Telefónica Deutschland Group beschäftigt.	Saisonale Schwankungen und Aufteilung nach Leiharbeitern sind nicht relevant. Dies gilt für alle Mitarbeiterzahlen.
	102-9	Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 21) Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 65)	
	102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	GB (Konzernabschluss) (S. 105, S. 110) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	
	102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	CR-Strategie (S. 10 f.) Umweltmanagement (S. 54) Nichtfinanzieller Bericht 2017 (S. 13–15)	

Legende: GB =  Telefónica Deutschland Geschäftsbericht 2017



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNG
102-12	Externe Initiativen	Lieferantenmanagement (S. 21) Compliance (S. 31) SDG-Erklärung (S. 107)	
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	Umweltmanagement (S. 55) Mitgliedschaften (S. 75 f.)	

## STRATEGIE

GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-14	Aussagen der Führungskräfte	Vorwort (S. 5)	
	102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	Business-Strategie (S. 9) CR-Strategie (S. 10 f.) GB (Lagebericht) (S. 33–42) Nichtfinanzieller Bericht 2017 (S. 5–7)	

## ETHIK UND INTEGRITÄT

GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	Compliance (S. 31) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	
	102-17	Verfahren für ethische Beratung und Bedenken	Compliance (S. 31–33) GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	

## GOVERNANCE

GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-18	Führungsstruktur	CR-Steuerung (S. 12 f.) GB (Lagebericht) (S. 11) GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	
	102-19	Befugniserteilende Stelle	CR-Steuerung (S. 12 f.) GB (Lagebericht) (S. 11 ff.)	
	102-20	Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	CR-Steuerung (S. 12 f.) Nichtfinanzieller Bericht 2017 (S. 5 f.)	
	102-21	Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	CR-Steuerung (S. 12 f.) Nichtfinanzieller Bericht 2017 (S. 5 f.)	
	102-22	Die Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	
	102-23	Vorstand des höchsten Kontrollorgans	GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	
	102-24	Nominierung und Wahl des höchsten Kontrollorgans	GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 130–134) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)	
	102-25	Interessenkonflikte	GB (Konzernabschluss) (S. 111–114) GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 130–134) GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138)	



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

102-26	Die Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Bestimmung von Zielen, Werten und Strategie	GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 130–134) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)
102-27	Gemeinwissen des höchsten Kontrollorgans	GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138)
102-28	Leistungsbewertung des höchsten Kontrollorgans	GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138)
102-29	Bestimmung und Management ökonomischer, ökologischer und sozialer Auswirkungen	GB (Lagebericht) (S. 11 f.) Nichtfinanzieller Bericht 2017 (S. 5 f.)
102-30	Effektivität des Risikomanagementprozesses	GB (Lagebericht) (S. 11 f.; 33–43)
102-31	Prüfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	CR-Steuerung (S. 12) GB (Lagebericht) (S. 11 f.)
102-32	Die Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Der Vorstand erteilt nach Prüfung die Freigabe der CR-Strategie. Die CR-Abteilung setzt auf Basis der CR-Strategie die CR-Berichterstattung zu den wesentlichen Themen um. Der Vorstand gibt nach Prüfung den CR-Report frei.
102-33	Kommunikation kritischer Bedenken	GB (Corporate Governance Bericht) (S. 135–138) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)
102-34	Art und Gesamtzahl kritischer Bedenken	GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 130–134)
102-35	Vergütungspolitik	
102-36	Verfahren zur Festsetzung der Vergütung	GB (Lagebericht) (S. 47–54) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)
102-37	Die Beteiligung der Stakeholder an der Vergütung	GB (Lagebericht) (S. 47–54) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)
102-38	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	GB (Lagebericht) (S. 47–54) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)
102-39	Verhältnis der prozentualen Erhöhung der Jahresgesamtvergütung	GB (Lagebericht) (S. 47–54) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 139–144)

Aufgrund der Unternehmenshistorie werden derzeit verschiedene Vergütungssysteme angewendet. In Zusammenarbeit mit den Betriebsräten wird derzeit ein neues, einheitliches Vergütungssystem erarbeitet und bei der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG eingeführt. Im Rahmen der Implementierung des neuen Vergütungssystems wird im nächsten CR-Report 2018 umfassender über das Vergütungsmodell berichtet.

## STAKEHOLDEREINBEZIEHUNG

GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	Stakeholder-Engagement (S. 14; 16)
	102-41	Tarifverhandlungen	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 67)
	102-42	Identifizierung und Auswahl von Stakeholder-Gruppen	CR-Steuerung (S. 12) Stakeholder-Engagement (S. 14)





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

**GRI-STANDARD**

**ANGABE**

**VERWEIS & KOMMENTAR**

**AUSLASSUNG**

102-43 Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung

Stakeholder-Engagement (S. 14–16)  
Kundenzufriedenheit (S. 19 f.)  
Telefónica als Arbeitgeber (S. 25)  
Datenschutz und Informationssicherheit (S. 49 f.)  
Umweltmanagement (S. 55)

102-44 Schlüsselthemen und Anliegen

Stakeholder-Engagement (S. 14–16)

**VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG**

GRI 102: Allgemeine  
Angaben 2016

102-45 In den Konzernabschluss einbezogene  
Unternehmen

Unternehmensporträt (S. 6)  
GB (Konzernabschluss) (S. 68)

102-46 Bestimmung von Berichtsinhalt und  
Themenabgrenzung

Über diesen Bericht (S. 2)  
CR-Strategie (S. 10 f.)  
Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)

102-47 Liste der wesentlichen Themen

CR-Strategie (S. 11)  
Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)

102-48 Neuformulierung der Informationen

Kennzahlentabelle (S. 64–72)  
CR-Ziele (S. 80–89)

102-49 Änderungen bei der Berichterstattung

Keine

102-50 Berichtszeitraum

Über diesen Bericht (S. 2)

102-51 Datum des aktuellsten Berichts

Über diesen Bericht (S. 2)

102-52 Berichtszyklus

Über diesen Bericht (S. 2)

102-53 Kontakt für Fragen zum Bericht

Über diesen Bericht (S. 2)  
Impressum (S. 108)

102-54 Aussagen zu Berichterstattung in Überein-  
stimmung mit den GRI-Standards

Über diesen Bericht (S. 2)

102-55 GRI Content Index

GRI Content Index (S. 93–106)

102-56 Externe Prüfung

Statement des Wirtschaftsprüfers (S. 90–92)

**GRI 200: WIRTSCHAFT**

**WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG**

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre  
Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Business-Strategie (S. 9)  
GB (Lagebericht) (S. 11–14)

103-2 Der Managementansatz und seine  
Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes





Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

GRI 201: Wirtschaftliche  
Leistung 2016

- 201-1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert
- 201-2 Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen
- 201-3 Verpflichtungen aus leistungsorientierten oder anderen Pensionsplänen
- 201-4 Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung

- Kennzahlentabelle Ökonomische Kennzahlen (S. 64 f.)  
GB (Konzernabschluss) (S. 63–68)
- Bislang sind die finanziellen Auswirkungen durch den Klimawandel für die Telefónica Deutschland Group gering und werden daher nicht ausführlich in die Berichterstattung aufgenommen.
- GB (Konzernabschluss) (S. 97–104)
- GB (Lagebericht) (S. 17–19)

## INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

- 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen
- 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten
- 103-3 Prüfung des Managementansatzes

- Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Business-Strategie (S. 9)  
Nachhaltige Innovationen und Produkte (S. 35–40)

GRI 203:  
Indirekte ökonomische  
Auswirkungen 2016

- 203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen
- 203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen

- Business-Strategie (S. 9)  
Nachhaltige Innovationen und Produkte (S. 35–40)
- Business-Strategie (S. 9)  
Nachhaltige Innovationen und Produkte (S. 35–40)

## BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

- 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen
- 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten
- 103-3 Prüfung des Managementansatzes

- Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Lieferantenmanagement (S. 21–23)

GRI 204: Beschaffungs-  
praktiken 2016

- 204-1 Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten

- Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 65)  
Die Bezeichnung „Lokale Lieferanten“ umfasst alle inländischen Lieferanten der Telefónica Deutschland Group.

## KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

- 103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen
- 103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten
- 103-3 Prüfung des Managementansatzes

- Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Compliance (S. 31–33)

GRI 205: Korruptions-  
bekämpfung 2016

- 205-1 Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden

- Compliance (S. 33)



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

205-2 Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung

Compliance (S. 33)  
Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)  
Die durchgeführten Mitarbeiterschulungen zu unseren Geschäftsgrundsätzen enthalten Inhalte zum Thema Antikorruption. Um die Präventionsmaßnahmen im Bereich Antikorruption weiter zu stärken, werden wir unseren Mitarbeitern zu diesem Thema im Jahr 2018 ein neues Training anbieten. Zudem sind weiterführende Informationen (z. B. zum Umgang mit Geschenken) für Mitarbeiter im Intranet verfügbar.  
Unsere Geschäftspartner sind grundsätzlich zur Einhaltung unserer Geschäftsgrundsätze verpflichtet. Zudem fordern wir seit 2017 von allen Lieferanten auf unserer Ausschreibungsplattform eine verpflichtende Erklärung zur Einhaltung der Antikorruptionsgesetze.

205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen

Compliance (S. 32)  
Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)

## WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN

GRI 103: Managementansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Compliance (S. 31–33)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016

206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung

Im Berichtszeitraum hat es keine Verfahren gegen die Telefónica Deutschland Group aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung gegeben.

## GRI 300: UMWELT

### MATERIALIEN

GRI 103: Managementansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Umweltmanagement (S. 54 f.)  
Ressourcenschutz (S. 60 f.)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 301: Materialien 2016

301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen

Nicht relevant, da die Telefónica Deutschland Group kein produzierendes Gewerbe ist.

301-2 Eingesetzte Sekundärrohstoffe

Nicht relevant, da die Telefónica Deutschland Group kein produzierendes Gewerbe ist.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

301-3 Wiederverwertete Produkte

Ressourcenschutz (S. 60 f.)  
Kennzahlentabelle Umwelt (S. 72)  
Die Angabe 301-3 wurde an die konkreten Gegebenheiten der Telefónica Deutschland Group angepasst. Die Berichterstattung bezieht sich auf unser Handyrecyclingprogramm, das nicht nur auf der Rücknahme eigener Handys beruht. Weitere Informationen zum Handyrecycling finden sich auch hier: [www.telefonica.de/handyrecycling](http://www.telefonica.de/handyrecycling)

Die Telefónica Deutschland Group berichtet nicht zur Verpackung der Handys, weil sie kein produzierendes Gewerbe ist.

## ENERGIE

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Umweltmanagement (S. 54 f.)  
Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 56 f.; 59)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 302: Energie 2016

302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 57)  
Kennzahlentabelle Umwelt (S. 70)

302-2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation

Nicht relevant für interne Unternehmenssteuerung und nicht gefordert von Stakeholdern.

302-3 Energieintensität

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 56)  
Kennzahlentabelle Umwelt (S. 70)

302-4 Verringerung des Energieverbrauchs

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 57; 59)

302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 59)

## EMISSIONEN

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Umweltmanagement (S. 54 f.)  
Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 56; 58 f.)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 305: Emissionen 2016

305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 58)  
Kennzahlentabelle Umwelt (S. 71)

305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 58)  
Kennzahlentabelle Umwelt (S. 71)

305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 58)  
Kennzahlentabelle Umwelt (S. 71)

305-4 Intensität der THG-Emissionen

Kennzahlentabelle Umwelt (S. 71)

305-5 Senkung der THG-Emissionen

Energie- & CO<sub>2</sub>-Reduktion (S. 58)



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

305-6 Emissionen ozonabbauender Substanzen (ODS)

305-7 Stickstoffoxide (NO<sub>x</sub>), Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>) und andere signifikante Luftemissionen

Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind in ihrem Ausmaß nicht wesentlich.

Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind in ihrem Ausmaß nicht wesentlich.

## UMWELT-COMPLIANCE

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Umweltmanagement (S. 54 f.)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 307: Umwelt-  
Compliance 2016

307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen

Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)  
Die Einhaltung von Umweltauflagen wird durch die implementierten Managementsysteme ISO 14001 und 50001 innerhalb des Unternehmens gesteuert.

## UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Lieferantenmanagement (S. 21–23)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 308: Umweltbewertung  
der Lieferanten 2016

308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden

Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 65)

308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen

Lieferantenmanagement (S. 22 f.)  
Umweltmanagement (S. 54)

## GRI 400: SOZIALES

### BESCHÄFTIGUNG

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Telefónica als Arbeitgeber (S. 24–30)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 401: Beschäftigung  
2016

401-1 Neue Angestellte und Angestelltenfluktuation

Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 68 f.)



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden

Keine Unterscheidung bei:  
Gruppenunfallversicherung (inkl. Erwerbsunfähigkeits- und Invaliditätsschutz), Gesundheitsvorsorge, Elternzeit, Aktienbeteiligung, Essensgeldzuschuss, Nutzung von betrieblichen Einrichtungen wie z. B. Kantine, Sportprogramm und vermögenswirksamen Leistungen.  
Für unbefristet Beschäftigte:  
Altersversorgung; aufgrund der gesetzlichen Unverfallbarkeitsfrist von fünf Jahren. Die meisten Nebenleistungen werden Teilzeitkräften auf Basis ihres anteiligen Beschäftigungsgrads oder auf Basis des Teilzeitgehalts gewährt. Es gibt Leistungen, bei denen teilzeitbeschäftigte Mitarbeiter den gleichen Betrag erhalten wie Vollzeitbeschäftigte (z. B. Fahrtkostenzuschuss, Gesprächsguthaben für eigene Services).

401-3 Elternzeit

Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 69)  
Gemäß § 15 Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz hat in Deutschland jedes Elternteil Anspruch auf Elternzeit zur Betreuung und Erziehung seines Kindes, bis dieses sein drittes Lebensjahr vollendet hat.

## ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

GRI 103: Managementansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Telefónica als Arbeitgeber (S. 24 f.)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016

402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Nach Beschlussfassung durch die zuständigen Betriebsräte in einem mit diesen abgestimmten Ablauf und mit gemeinsam vereinbarten Fristen.

## ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

GRI 103: Managementansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Telefónica als Arbeitgeber (S. 29 f.)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016

403-1 Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind typischerweise auf Unternehmensebene – also bundesweit – tätig (bspw. Arbeitssicherheitsausschuss); Anteil der in Arbeitsschutzausschüssen vertretenen Belegschaft: etwa 1,8 % in den Gremien, die 100 % der Mitarbeiter vertreten.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie die Zahl arbeitsbedingter Todesfälle

Telefónica als Arbeitgeber (S. 30)  
Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 69 f.)  
Bei den registrierten Arbeitsunfällen handelte es sich im Wesentlichen um Unfälle, welche sich auf dem Arbeitsweg ereigneten.

403-3 Mitarbeiter mit einem hohen Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen

Nicht wesentlich, da keine Mitarbeitergruppen einer berufsbedingten Erkrankung (Berufskrankheit) unterliegen.

403-4 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Vereinbarungen sind in formellen Betriebsvereinbarungen zu Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes geregelt.

Aufgrund fehlender Daten kann der prozentuale Anteil von Themen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz, welche durch die formellen Betriebsvereinbarungen abgedeckt werden, für den Berichtszeitraum 2017 nicht berichtet werden.

## AUS- UND WEITERBILDUNG

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Telefónica als Arbeitgeber (S. 27)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 404: Aus- und Weiter-  
bildung 2016

404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten

Für den Berichtszeitraum 2017 liegen keine validen Kennzahlen aufgrund von IT-Systemwechseln vor. Im kommenden Berichtszeitraum 2018 werden die entsprechenden Kennzahlen wieder berichtet.

404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

Telefónica als Arbeitgeber (S. 27)

404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten

Aufgrund des Zusammenschlusses wurde der reguläre Performance-Dialog ausgesetzt. Entwicklungsgespräche fanden dennoch statt, in denen sich Mitarbeiter und Führungskräfte in Dialogen ausgetauscht haben, um eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung zu erhalten. Für Führungskräfte steht durch die Telefónica, S.A. ein globales System zur Verfügung.

## VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Telefónica als Arbeitgeber (S. 28)

103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

GRI 405: Vielfalt und  
Chancengleichheit 2016

405-1 Vielfalt in Leitungsorganen und der Ange-  
stellten

Telefónica als Arbeitgeber (S. 28)  
Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 67)  
Kontrollorgane: GB (Corporate Governance Bericht)  
(S. 135–138)

405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergü-  
tung von Frauen im Vergleich zu Männern

Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 68)

## GLEICHBEHANDLUNG

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre  
Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Compliance (S. 31)  
Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems

103-2 Der Managementansatz und seine Kompo-  
nenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 406: Gleichbehandlung  
2016

406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene  
Abhilfemaßnahmen

Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)

## VEREINIGUNGSFREIHEIT UND TARIFVERHANDLUNGEN

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre  
Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Lieferantenmanagement (S. 21–23)  
Compliance (S. 31)  
Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems

103-2 Der Managementansatz und seine Kompo-  
nenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 407: Vereinigungs-  
freiheit und Tarifverhand-  
lungen 2016

407-1 Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei  
denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit  
und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte

Das Recht auf Versammlungsfreiheit und Tarifverhandlungen  
ist in Deutschland gesetzlich festgeschrieben. Um das Risiko  
einer Gefährdung der Versammlungsfreiheit und von Tarif-  
verhandlungen in der Lieferkette zu minimieren, verpflichten  
wir unsere Lieferanten zur Einhaltung unserer Supply Chain  
Sustainability Policy. Für den Berichtszeitraum sind uns keine  
Vorfälle einer Gefährdung der Versammlungsfreiheit und von  
Tarifverhandlungen bekannt.

## KINDERARBEIT

GRI 103: Management-  
ansatz 2016

103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre  
Abgrenzungen

Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79)  
Lieferantenmanagement (S. 21–23)  
Compliance (S. 31)  
Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems

103-2 Der Managementansatz und seine Kompo-  
nenten

103-3 Prüfung des Managementansatzes

GRI 408: Kinderarbeit 2016

408-1 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit  
einem erheblichen Risiko für Vorfälle von  
Kinderarbeit

Um das Risiko von Kinderarbeit in der Lieferkette zu minimie-  
ren, verpflichten wir unsere Lieferanten zur Einhaltung unserer  
Supply Chain Sustainability Policy. Im Berichtszeitraum sind  
uns keine Vorfälle von Kinderarbeit bekannt.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNG
--------------	--------	---------------------	------------

### ZWANGS- ODER PFLICHTARBEIT

GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Lieferantenmanagement (S. 21–23) Compliance (S. 31) Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016	409-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Um das Risiko von Zwangsarbeit in der Lieferkette zu minimieren, verpflichten wir unsere Lieferanten zur Einhaltung unserer Supply Chain Sustainability Policy. Im Berichtszeitraum sind uns keine Vorfälle von Zwangsarbeit bekannt.

### LOKALE GEMEINSCHAFTEN

GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Digitale Inklusion (S. 41–45)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016	413-1	Geschäftsstandorte mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	Digitale Inklusion (S. 41–45)
	413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	Nachhaltige Innovationen und Produkte (S. 35–40)

### SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN

GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Lieferantenmanagement (S. 21–23)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 65)
	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Lieferantenmanagement (S. 22 f.)





Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNG
--------------	--------	---------------------	------------

### POLITISCHE EINFLUSSNAHME

GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Compliance (S. 31)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016	415-1	Parteispenden	Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)

### KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Datenschutz und Informationssicherheit (S. 46–50) Kinder- und Jugendschutz (S. 51 f.) Mobilfunk und Gesundheit (S. 62)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	Mobilfunk und Gesundheit (S. 62) An allen Sendemasten wird durch die Bundesnetzagentur die Einhaltung der Grenzwerte überprüft. Weitere Informationen stehen auf der Website der Telefónica Deutschland Group zur Verfügung, unter anderem eine aktuelle Liste der Mobiltelefon-SAR-Werte: <a href="http://www.telefonica.de/verantwortung/umwelt-und-klima-schuetzen/mobilfunk-gesundheit.html">www.telefonica.de/verantwortung/umwelt-und-klima-schuetzen/mobilfunk-gesundheit.html</a>
	416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	Keine

### MARKETING UND KENNZEICHNUNG

GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Datenschutz und Informationssicherheit (S. 46–50) Kinder- und Jugendschutz (S. 51 f.)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und die Kennzeichnung	Kinder- und Jugendschutz (S. 51 f.)
	417-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	Keine
	417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate  
Responsibility  
Management

3.0 Verantwortlich  
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen  
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima  
schützen



6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 Wesentlichkeit  
nach GRI

6.5 CR-Ziele

6.6 Statement des  
Wirtschaftsprüfers

**6.7 GRI Content Index**

6.8 SDG-Erklärung

6.9 Impressum

## GRI-STANDARD

## ANGABE

## VERWEIS & KOMMENTAR

## AUSLASSUNG

### SCHUTZ DER KUNDENDATEN

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNG
GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Datenschutz und Informationssicherheit (S. 46–50)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016	418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 50) Kennzahlentabelle Compliance (S. 66)


### SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNG
GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Wesentlichkeit nach GRI (S. 77–79) Compliance (S. 31)
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016	419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	2017 wurden in 122 Fällen Verfahren aufgrund der Verletzung der Verordnung über das Nachweisverfahren zur Begrenzung elektromagnetischer Felder (BEMFV) eingeleitet. Daraus resultierten 39 Sanktionen, welche Bußgeldbescheide in Höhe von 68.265 EUR zur Folge hatten. <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Wir haben für jeden unserer Mobilfunkstandorte (mit mehr als 10 Weip Sendeleistung) eine Standortbescheinigung der BNetzA, die uns die Einhaltung der gesetzlichen Grenzwerte bestätigt. Seit 2015 hat die BNetzA für uns mehr als 15.000 Bescheinigungen ausgestellt. Zusätzlich prüft die BNetzA mit Messungen die Einhaltung der Grenzwerte (Messergebnisse ebenfalls unter emf3.bundesnetzagentur.de). Es ist uns kein Fall bekannt, in dem die gesetzlichen Grenzwerte durch uns nicht eingehalten wurden.



Suche 

- 1.0 Einführender Teil
- 2.0 Corporate Responsibility Management
- 3.0 Verantwortlich wirtschaften
- 4.0 Leben in der digitalen Welt stärken
- 5.0 Umwelt und Klima schützen
-  6.0 Daten & Fakten
  - 6.1 Kennzahlentabelle
  - 6.2 Auszeichnungen
  - 6.3 Mitgliedschaften
  - 6.4 Wesentlichkeit nach GRI
  - 6.5 CR-Ziele
  - 6.6 Statement des Wirtschaftsprüfers
  - 6.7 GRI Content Index
  - 6.8 SDG-Erklärung**
  - 6.9 Impressum

# SDG-ERKLÄRUNG

Im September 2015 wurden die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen verabschiedet. Die Telefónica Deutschland Group unterstützt die Umsetzung der SDGs und leistet einen eigenen Beitrag in den Handlungsfeldern des Responsible Business Plan 2020.



# IMPRESSUM

## ANSPRECHPARTNER

Ihre Fragen oder Ihr Feedback zum Thema Verantwortung bei der Telefónica Deutschland Group sind uns herzlich willkommen. Bitte kontaktieren Sie hierfür das CR-Team unter der E-Mail-Adresse:

[➤ cr-de@telefonica.com](mailto:cr-de@telefonica.com)

## HERAUSGEBER

Telefónica Deutschland Holding AG  
Valentina Daiber  
Vorstand für Recht und Corporate Affairs  
Georg-Brauchle-Ring 23–25  
80992 München

## VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

Claudia von Bothmer  
Head of Corporate Responsibility

## PROJEKTLEITUNG

Dr. Markus Sardison | Senior Corporate Responsibility Manager  
Melanie Borsos | Senior Corporate Responsibility Manager

## KONZEPT, REDAKTION UND GESTALTUNG

Scholz & Friends Reputation, Berlin

## BILDNACHWEISE

S. 5: Christian Schlüter; S.14: Henrik Andree; S. 15: Henrik Andree;  
S. 19: Roland Hentschel, Dominik Gígler, Franziska Taffelt; S. 20:  
Telefónica Deutschland/O<sub>2</sub>; S. 28: Getty Images/Courtney Keating;  
S. 29: Getty Images; S. 30: Telefónica Global Services GmbH; S. 32:  
Getty Images; S. 39: Getty Images/Jordan Siemens; S. 40: Florian  
Schmitt, KIDKUTSMEDIA Photography; S. 42: Till Budde; S. 43:  
Fernanda Vilela, Henrik Andree; S. 44: Falco Peters; S. 45: Henrik  
Andree; S. 50: Getty Images/Jimmy Anderson; S. 51: Getty Images;  
S. 52: Telefónica Deutschland/O<sub>2</sub>, Fernanda Vilela; S. 55: Getty Images

## VERÖFFENTLICHUNG

Mai 2018 — alle Zahlen wurden, sofern nicht anders gekennzeichnet, zum 31. Dezember 2017 erhoben. Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Die deutsche Ausgabe ist im Zweifel verbindlich.

Der CR-Report ist online verfügbar unter  
[➤ telefonica.de/verantwortung](https://telefonica.de/verantwortung)