

Wegbereiter für eine nachhaltige Digitalisierung

CORPORATE RESPONSIBILITY
REPORT 2020



Über diesen Bericht

Corporate Responsibility (CR) ist zentraler Bestandteil des unternehmerischen Denkens und Handelns der Telefónica Deutschland Gruppe. In diesem CR-Report legen wir die zentralen Informationen unseres Nachhaltigkeitsengagements dar. Damit richten wir uns an unsere Stakeholder wie Kunden, Mitarbeitende, Geschäftspartner, Aktionäre, politische Entscheidungsträger, Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und die interessierte Öffentlichkeit.

Berichtszeitraum und -grenzen

Dieser CR-Report beinhaltet die Informationen der Telefónica Deutschland Gruppe wie auch die der Telefónica Deutschland Holding AG. Mit dem vorliegenden CR-Report erfassen wir das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020. Der Bericht enthält darüber hinaus Informationen zu relevanten jahresübergreifenden CR-Aktivitäten, die außerhalb dieses Zeitraums liegen. Die angegebenen quantitativen Kennzahlen beziehen sich grundsätzlich auf die Telefónica Deutschland Gruppe im Geschäftsjahr 2020. Davon abweichende Kennzahlen sind entsprechend gekennzeichnet. Redaktionsschluss des CR-Reports ist der 30. März 2021. Der vorliegende Bericht wurde im Mai 2020 in deutscher und englischer Sprache unter der folgenden Webadresse öffentlich zugänglich gemacht: www.telefonica.de/verantwortung

Umfassende Berichterstattung nach den GRI-Standards und den UNGC-Prinzipien

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards, Option „Umfassend“, erstellt. Die Auswahl der Berichtsinhalte basiert auf dem Wesent-

lichkeitsprinzip und bezieht die entscheidenden Erwartungen unserer Stakeholder, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit sowie unternehmensstrategische Entscheidungen mit ein.

Zudem berichten wir ab diesem Geschäftsjahr auch zu den Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC). Dieser Bericht stellt einen Fortschrittsbericht dar (Communication on Progress (COP)). Damit bekennen wir uns zu dessen zehn Prinzipien und verpflichten uns zu deren Umsetzung im Sinne einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung.

Im Berichtsjahr wurde die CR-Strategie weiterentwickelt, die ab 2021 den bisherigen Responsible Business Plan ablöst. Als Basis diente eine im Jahr 2020 durchgeführte umfangreiche Wesentlichkeitsanalyse. Die Ergebnisse der neuen Wesentlichkeitsanalyse werden für die Telefónica Deutschland Gruppe ab 2021 handlungsleitend sein und als Basis für das CR-Reporting in den kommenden Berichtsjahren dienen.

Der CR-Report 2020 umfasst die Kapitel „Corporate Responsibility managen“, „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. Während der Corona-Pandemie haben wir im Jahr 2020 für eine sichere kommunikative Grundversorgung gesorgt, die Erwartungen unserer Kunden und Partner an einen zuverlässigen Netzbetrieb erfüllt hat. Zugleich haben wir alle notwendigen Schritte zum Schutz unserer Mitarbeitenden in dieser besonderen Zeit eingeleitet. Eine ausführliche Berichterstattung über die Pandemie und unseren Umgang mit ihren Folgen findet sich im Kapitel „Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie“ sowie auf der [Infowebseite „Corona“](http://Infowebseite_„Corona“).

Im Kapitel „Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie“ stellen wir dar, wie wir Rahmenwerke bei der Ausrichtung unserer CR-Strategie berücksichtigen und wie wir unsere CR-Leistung kontinuierlich auswerten. Im Kapitel „Daten und Fakten“ sind abschließend alle relevanten Kennzahlen aufgeführt. Der gesamte Bericht (inklusive 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

Unser CR-Report erscheint jährlich. Mit Hinweisen und Rückfragen können Leser das CR-Team unter cr-de@telefonica.com kontaktieren.

Unser zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Bericht der Telefónica Deutschland Holding AG für das Berichtsjahr 2020 steht in deutscher und englischer Sprache unter www.telefonica.de/nfe zum Download zur Verfügung. Damit kommen wir unserer Verpflichtung gemäß dem „Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten“ nach (gemäß den §§ 315b, c i. V. m. 289b bis 289e HGB – beruhend auf dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, CSR-RUG) und ergänzen unsere Lageberichterstattung um komprimierte Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsleistungen.

Den Geschäftsbericht für das Jahr 2020 finden Sie unter folgender Webadresse: www.telefonica.de/geschaeftsbericht

GRI 102-46; 102-50; 102-51; 102-52; 102-53; 102-54

Hinweis Menschenrechte

Wir bekennen uns zu den Menschenrechten, die im Folgenden aufgeführt sind und im Bericht durch die Icons hervorgehoben werden.



Verbot von Kinderarbeit, Schutz von Minderjährigen



Verbot von Sklaverei und Zwangsarbeit



Verbot der Diskriminierung, Recht auf Chancengleichheit und Gleichbehandlung



Recht auf Gesundheit, Wohlfahrt und Arbeitssicherheit



Recht auf Arbeit, fairen Lohn, sichere Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheit



Einhaltung gesetzlicher Arbeitszeitregelungen



Recht auf Weiterbildung

Inhalt

1.0

Digitalisierung gestalten

1.1	Vorwort	05
1.2	Unser Responsible Business Plan	07
1.3	Unternehmensporträt	09

2.0

Corporate Responsibility managen

2.1	Business-Strategie	12
2.2	CR-Strategie	15
2.3	CR-Steuerung	18
2.4	Stakeholder-Engagement	22
2.5	Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie	28

3.0

Verantwortlich wirtschaften

3.1	Kundenzufriedenheit	32
3.2	Compliance	40
3.3	Telefónica als Arbeitgeber	45
3.4	Lieferantenmanagement	57
3.5	Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht	65

4.0

Leben in der digitalen Welt stärken

4.1	Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen	73
4.2	Digitale Inklusion	85
4.3	Datenschutz und Informationssicherheit	92
4.4	Kinder- und Jugendschutz	98

5.0

Umwelt und Klima schützen

5.1	Umweltmanagement	101
5.2	Energie & CO ₂ -Reduktion	104
5.3	Ressourcenschutz	111
5.4	Mobilfunk und Gesundheit	116

6.0

Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1	Wesentlichkeit nach GRI	120
6.2	Finanzielle Klimarisiken	122
6.3	ESG-Ratings & Finance	125
6.4	Beitrag zu den SDGs	127
6.5	Responsible Business Plan 2020: Status 2020	128
6.6	Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021	136

7.0

Daten und Fakten

7.1	Kennzahlentabelle	140
7.2	Auszeichnungen	148
7.3	Mitgliedschaften	151
7.4	GRI-Content-Index und Global-Compact-Fortschrittsbericht	153
7.5	Vermerk der Wirtschaftsprüfer	177
7.6	Impressum	179

Digitalisierung gestalten

1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt

2.0 Corporate Responsibility managen

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Herleitung und Evaluierung der CR-Strategie

7.0 Daten und Fakten



Über

44 Mio.

Mobilfunkanschlüsse

Jede zweite Person in
Deutschland nutzt unser Netz.

1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt

GRI 102-14

UNGC-Prinzip 1, 2, 7, 8, 9, 10

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

COVID-19 hat die größte wirtschaftliche und soziale Krise seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs verursacht. Unsere Gesellschaft und unsere Volkswirtschaft wurden dabei extrem auf die Probe gestellt. Mehr als je zuvor ist dabei die zentrale Rolle digitaler Infrastrukturen und Dienste für unsere Gesellschaft offensichtlich geworden. Ohne unsere Netze, ohne digitale Lösungen für Homeoffice, Homeschooling und Einkauf, aber auch für den sozialen Austausch der Menschen untereinander, wäre die Bewältigung der Krise nicht vorstellbar gewesen.

Gesellschaftliche Verantwortung in dieser Krise hieß für uns zuallererst, eine stabile, leistungsfähige Infrastruktur sicherzustellen, um so die dringend notwendige, sichere kommunikative Grundversorgung gewährleisten zu können. Darüber hinaus war es für uns von Anfang an zentrales Anliegen, dass wir auf vielfältige Weise zum Schutz von Menschenleben und zum Zusammenhalt in der Gesellschaft beitragen.

In den letzten Monaten haben sich die Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation noch klarer gezeigt. Technologisch sind wir gut aufgestellt: so haben wir im vergangenen Jahr trotz Pandemie den schnellsten und umfangreichsten Netzausbau unserer Unternehmensgeschichte vollzogen. Damit erfüllen wir die bundesweite Auflage der Bundesnetzagentur zur Mobilfunk-Abdeckung von 98 % aller Haushalte. Parallel haben wir den Startschuss für 5G gegeben und rollen den neuen Mobilfunkstandard in Deutschland aus. Das bedeutet einen Quantensprung für datengetriebene Echtzeit-Anwendungen bei Industrie und Verbrauchern.



„In der Pandemie ist noch klarer geworden, wie wichtig die digitale Infrastruktur ist. Unser Netz ist das Rückgrat von Wirtschaft und Gesellschaft – wir wollen diese Krise als Chance für eine nachhaltige Digitalisierung verantwortungsvoll nutzen.“ **Markus Haas**

Die Digitalisierung begleitet uns nicht nur zentral im täglichen Leben, sie wird auch zu einem zentralen Treiber für mehr Nachhaltigkeit. Das ist aber kein Selbstläufer, sondern erfordert maximale Gestaltungskraft und Veränderungswillen. Denn nachhaltig wirkt die Digitalisierung erst dann, wenn sie gesundes Wirtschaftswachstum mit der Erreichung der Klimaziele und der Stärkung von gesellschaftlicher Teilhabe und Zusammenhalt verbindet. Die Verantwortung, die wir für uns ableiten: Wir wollen den Zugang zu einer nachhaltigen Zukunft demokratisieren, um einen besseren Alltag für alle zu schaffen.

Corporate Responsibility heißt für uns, mit unseren Ressourcen und Technologien zur Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen beizutragen. Umwelt- und Klimaschutz gehört dabei zu unseren wichtigsten Stoßrichtungen. Wir wollen hier weiter Vorreiter unserer Branche sein und setzen ein klares Ausrufezeichen: Unser Ziel ist es, bis spätestens 2025 klimaneutral zu werden! Hinter unserem Ziel steht eine

ambitionierte Klimastrategie, die das Pariser Klimaabkommen und das „1,5-Grad-Ziel“ unterstützt. Zugleich unterstützen wir damit auch die Erreichung der globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) und fördern die effiziente Nutzung sauberer Energien.

Ein energieeffizientes und leistungsstarkes Netz ist nicht nur gut für das Klima, sondern auch für unsere Wettbewerbsfähigkeit. Daher investieren wir stetig in den flächendeckenden LTE-Ausbau und die 5G-Infrastruktur. Nachhaltige Digitalisierung lebt vor allem von Innovationen. Hier arbeitet unser Innovationslabor Wayra eng mit kreativen Start-ups zusammen, um etwa mit 5G und KI zukunftssträchtige Geschäftsmodelle marktfähig zu machen.

Wir setzen uns dafür ein, dass Menschen aller Generationen von den Vorteilen der Digitalisierung profitieren können. Unsere Initiativen gegen Cybermobbing stärken jungen Menschen den Rücken, damit sie sich sicher und souverän im Netz bewegen können. Älteren

1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt

Menschen helfen wir mit Beratung und Technik dabei, sich vertrauensvoll die digitale Welt zu erschließen.

Die Pandemie zeigte sich auch als entscheidender Katalysator für die Digitalisierung der Arbeitswelt und virtuelle Formate der Zusammenarbeit. Die Erfahrungen mit diesen neuen Arbeitsweisen wollen wir nutzen und mit „5 Bold Moves“ die digitale Welt in unserem Unternehmen gestalten. So können unsere Mitarbeitenden flexibel an verschiedenen Orten und zu den für sie passenden Zeiten arbeiten. Mit virtuellen Meetings und digitaler Kooperation machen wir zudem die meisten Dienstreisen überflüssig – noch ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz.

2020 war auch das Jahr, Bilanz zu ziehen. Vor fünf Jahren haben wir unseren Responsible Business Plan 2020 mit drei Schwerpunktfeldern, übergreifenden Ambitionen und konkreten Zielen aufgestellt. Wir haben auf allen Feldern Wort gehalten: Unsere Kunden und Mitarbeitenden sind zufriedener als je zuvor, Energieverbrauch pro Datenvolumen und Treibhausgasemissionen sind deutlich gesunken und wir haben mit unseren Produkten und Programmen jährlich über 50 Millionen Menschen ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglicht. Damit sind wir den Erwartungen unserer Stakeholder und unseren eigenen Ansprüchen gerecht geworden.

Im Jahr 2020 ist die Telefónica Deutschland Gruppe dem United Nations Global Compact (UNGC) beigetreten. Damit bekennen wir uns zu dessen zehn Prinzipien und verpflichten uns zu deren Umsetzung im Sinne einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Das heißt vor allem: Schutz der Menschenrechte sowie Kampf gegen Klimawandel und Korruption.

Wir wollen auch künftig einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Geschäftsstrategie leisten, die langfristige Werte schafft und Risiken minimiert. Deshalb haben wir auf Basis einer umfangreichen Wesentlichkeitsanalyse eine zukunftsgerichtete CR-Strategie entwickelt, die im Responsible Business Plan 2025 mündet. Mit diesem Plan werden wir die Auswirkungen unserer

Geschäftstätigkeit auf Menschen, Gesellschaft und Umwelt zentral steuern und legen die Basis für unser künftiges Nachhaltigkeits-Reporting.

Wir wollen wichtige Meilensteine setzen, um die nachhaltige Digitalisierung in Deutschland voranzubringen: O₂ wird die vorhandene 3G-Technik voraussichtlich ein Jahr früher als geplant komplett in leistungsstärkeres 4G-Format umwandeln und bis Ende 2021 schon über 30 % der Bevölkerung mit 5G versorgen. Als erster deutscher Netzbetreiber setzen wir Open RAN im Livebetrieb von O₂ ein und haben damit eine neue Ära für den deutschen Mobilfunk eingeleitet. Schon heute verfügen wir zudem durch Partnerschaften über die größte Festnetzabdeckung in Deutschland und wollen hier noch weiter zulegen. Das Joint Venture „Unsere Grüne Glasfaser“ hat sich zum Ziel gesetzt, die Versorgung insbesondere in den ländlichen Gebieten spürbar zu verbessern. Unseren Stromverbrauch decken wir zu 96 % aus Grünstrom ab, bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie bereits zu 100 %. Auf dem Weg zur Klimaneutralität 2025 wollen wir die Qualität des Grünstroms über Power Purchase Agreements und Eigenstromproduktion sowie die Stromeffizienz weiter steigern und CO₂-Emissionen senken.

Uns macht stolz, dass wir für unser breites Nachhaltigkeitsengagement viel Anerkennung bekommen. So ist die Telefónica, S.A. Group, der auch die Telefónica Deutschland Gruppe angehört, durch CDP wieder

„Ich glaube an die Chancen, die die Digitalisierung für mehr soziale Gerechtigkeit bietet. Denn Digitalisierung kann zu mehr allgemeinem Wohlstand und sozialer Teilhabe führen. Beides sind wichtige Bausteine für soziale Gerechtigkeit. Dazu müssen die digitalen Möglichkeiten für jeden Menschen verfügbar, bezahlbar und nutzbar sein. Für mich bedeutet das die Demokratisierung der Digitalisierung.“ **Valentina Daiber**

für ihre weltweite Führungsrolle im Klimaschutz ausgezeichnet worden. In Deutschland haben wir den B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Großunternehmen“ erhalten. In einer vom *stern* veröffentlichten Studie belegten wir Platz 3 der nachhaltigsten Unternehmen. Besonders gefreut haben wir uns über die erneute Verleihung des Corporate Health Awards für unser betriebliches Gesundheitsmanagement und den Sonderpreis Pandemie-Management für unser verantwortungsvolles Handeln in Krisenzeiten.

Wir sind bereit für die digitale Zukunft und wollen durch unsere Schlüsselrolle den Wandel nachhaltig gestalten. Mit unserem Responsible Business Plan 2025 geben wir ein klares Commitment, an dem wir uns messen lassen. Dabei wird uns nicht nur Mut und Leidenschaft tragen, sondern auch die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Ihnen: Darauf freuen wir uns: getreu dem Motto *Digital vernetzt – nachhaltig verbunden* gehen wir gemeinsam voran.

Im April 2021



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



Valentina Daiber
Chief Officer Legal &
Corporate Affairs
der Telefónica Deutschland
Holding AG

1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt

Digital vernetzt und nachhaltig in die Zukunft

Rückblick: Responsible Business Plan 2020

Das Nachhaltigkeitsengagement der Telefónica Deutschland Gruppe ist eine Erfolgsgeschichte. Bereits vor mehr als 15 Jahren haben wir unternehmerische Verantwortung für Menschen, Umwelt und Gesellschaft in unseren Prozessen verankert – schon 2005 erschien unser erster CR-Report. In den letzten fünf Jahren stand der Responsible Business Plan (RBP) 2020 als zentrales Steuerungstool für unser gesamtes Nachhaltigkeitsengagement im Zentrum, mit dem wir nachhaltige Werte schaffen und potenzielle Risiken minimieren. In drei Schwerpunktfeldern haben wir unsere Ambitionen und Ziele erreicht und teilweise sogar übererfüllt.

So sind unsere Kunden und Mitarbeitenden zufriedener als je zuvor. Dazu beigetragen haben beispielsweise unser umfangreicher Netzausbau, die massiven Verbesserungen im Customer Service sowie die diversen Maßnahmen für die Mitarbeitenden zur Gestaltung der digitalen Arbeitswelt von morgen. Wir haben mit unseren Produkten und Programmen jährlich über 50 Millionen Menschen ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglicht. Dabei haben wir bis Ende 2020 mit bundesweiten Programmen zur Förderung der digitalen Teilhabe 11,3 Millionen Menschen aller Altersgruppen erreicht und ihnen Inspiration sowie Hilfestellung gegeben. Und wir konnten zwischen 2015 und 2020 die von uns verursachten CO₂-Emissionen um 39 % senken und den anvisierten Wert von 11 % Einsparung weit übertreffen, das Gleiche gilt für die Senkung des Energieverbrauchs pro Datenvolumen um 71 %. Alle weiteren Informationen zur Zielerreichung sind im [Kapitel 6.5](#) zu finden.

Ausblick: Responsible Business Plan 2025

Die Erfolge machen uns stolz, sind aber auch ein Ansporn. Deshalb richten wir den Blick auf die Herausforderungen der Zukunft und entwickeln unsere Aktivitäten zielgerichtet im strukturierten Austausch mit unserer Stakeholdern weiter. Der Responsible Business Plan 2025 „Digital.Nachhaltig.Vernetzt.“ schafft eine neue Grundlage, um den sich verändernden Anforderungen gerecht zu werden, nachhaltige Digitalisierung weiter voranzutreiben und unser Nachhaltigkeitsmanagement effizient zu steuern. Mit konkreten Maßnahmen wollen wir bis 2025 klimaneutral werden, die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit weiter steigern und den Menschen die sichere Teilhabe am digitalen Leben ermöglichen.

Der RBP 2025, den wir auf Basis einer profunden Wesentlichkeitsanalyse erarbeitet haben, sieht insgesamt 76 Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den folgenden vier Schwerpunktbereichen vor. „Umwelt & Klima“ – hier möchte die Telefónica Deutschland Gruppe mit dem grünsten Netz bis 2025 klimaneutral sein. Außerdem sollen Netz und Produkte noch weiter an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft ausgerichtet werden. Im Bereich „Kunden & Geschäftspartner“ wollen wir den Kunden gezielt Produkte und Dienstleistungen anbieten, die einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen. Unter dem Schwerpunkt „Mitarbeitende“ ist es erklärtes Ziel, als attraktiver Arbeitgeber die digitale Arbeitswelt von morgen voranzutreiben. Außerdem möchten wir im Bereich „Gesellschaft“ die sichere Teilhabe an der digitalisierten Welt ermöglichen. Die Maßnahmen haben wir dabei sowohl mit bonusrelevanten quantitativen wie auch mit qualitativen Zielen hinterlegt.

Der neue RBP verknüpft unser Nachhaltigkeitsengagement noch weiter mit unserem Kerngeschäft.

Die Schwerpunktthemen des RBP 2025 werden getragen von den „Prinzipien für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung“, die uns in allen Geschäftsprozessen leiten: „Governance, Transparenz und Dialog“, „Compliance und ethische Grundsätze“, „Datenschutz und Informationssicherheit“ und „Nachhaltigkeitskriterien im Lieferkettenmanagement“. Mit dem RBP 2025 wollen wir auch in der Zukunft die nachhaltige Digitalisierung und die Transformation unserer Wirtschaft und Gesellschaft verantwortungsbewusst gestalten.

Responsible Business Plan 2025

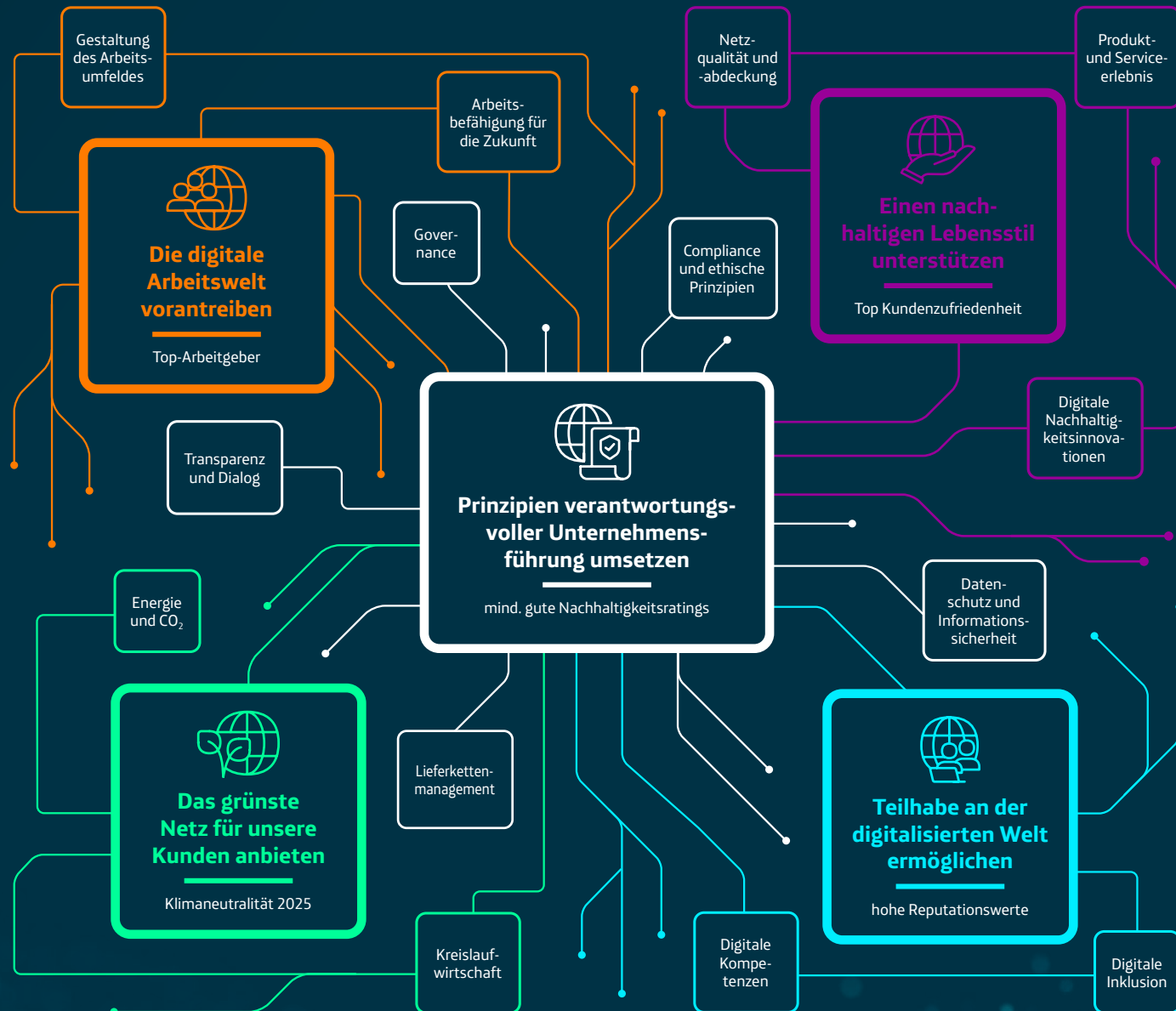
Digital. Nachhaltig. Vernetzt.

1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt



1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt

GRI 102-1; 102-2; 102-3; 102-4;
102-5; 102-6; 102-7

Telefónica im Porträt

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist einer der führenden integrierten Netzbetreiber in Deutschland. Wir bieten Mobilfunk- und Festnetzdienste für Privat- und Geschäftskunden sowie innovative digitale Produkte und Services an. Des Weiteren beziehen unsere zahlreichen Wholesale-Partner umfangreiche Leistungen im Bereich Mobilfunk von uns.

Im Mobilfunkbereich bedienen wir die Nachfrage nach mobilen Dienstleistungen, die sich aus der zunehmenden Digitalisierung in immer mehr Lebensbereichen ergibt.

Wir sind mit insgesamt 44,3 Mio. Mobilfunkanschlüssen zum 31. Dezember 2020 ein führender Anbieter in diesem Markt. Im Jahr 2020 bildeten die Mobilfunkdienste mit 5.307 Mio. EUR den wichtigsten Umsatzstrom für die Telefónica Deutschland Gruppe (70,5 % des Gesamtvolumens). In diesem Bereich bieten wir Privat- und Geschäftskunden mobile Sprach- und Datendienste sowohl auf Vertragsbasis (Postpaid) als auch im Prepaid-Segment an. Basis hierfür ist unser Mobilfunknetzwerk.

Ergänzend zu unseren Mobilfunkdiensten bieten wir bundesweit Festnetzdienste an. Unsere DSL-Retail-Kundenbasis betrug zum Jahresende 2020 rund 2,3 Millionen.

Im Geschäftsjahr 2020 erwirtschaftete die Telefónica Deutschland Gruppe einen kombinierten Umsatz von 7,53 Mrd. EUR (2019: 7,46 Mrd. EUR) und beschäftigte insgesamt 8.196 Mitarbeitende¹ (2019: 8.443 Mitarbeitende).

Vielfältige Mehrmarkenstrategie zur Erfüllung aller Kundenwünsche

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor unseres Marketing- und Vertriebsansatzes ist unsere Mehrmarkenstrategie. Mit unserer Kernmarke O₂ bieten wir Privat- und Geschäftskunden eine große Bandbreite an hochwertigen Mobilfunk- und Festnetzprodukten. Internationale Großkonzerne sprechen wir mit Produkten und Dienstleistungen der Marke Telefónica an.

Wir setzen auf sich ergänzende Vertriebskanäle, um die verschiedenen Kundenbedürfnisse bestmöglich bedienen zu können. Zu unserer Vertriebslandschaft gehören sowohl direkte Vertriebskanäle, darunter eigene Läden, ein bundesweites Netzwerk unabhängig betriebener Franchise- und Premium-Partner-Shops, Online- und Telesales, als auch indirekte Vertriebskanäle wie Partnerschaften und Kooperationen mit Einzelhändlern über physische oder Online-Kanäle.

Mit unseren Zweit- und Partnermarken sowie über unsere Wholesale-Kanäle erreichen wir weitere Kundenkreise, beispielsweise ethnische Zielgruppen in Deutschland, welche wir nicht ausdrücklich über die Marke O₂ ansprechen. Zudem bieten wir durch gemeinschaftliche Tätigkeiten und strategische Partnerschaften weitere Mobilfunkmarken an. Hierzu zählen beispielsweise Tchibo MOBIL oder ALDI TALK in Kooperation mit MEDIONmobile. Unser Mehrmarkenansatz gibt uns die Möglichkeit, das komplette Kundenspektrum mit einem maßgeschneiderten Produktangebot, Vertrieb und Marketing anzusprechen und so unseren potenziellen Umsatz zu erhöhen.



Aktuelle Unternehmensstruktur

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist ein führender Betreiber von Telekommunikationsinfrastruktur in einem der globalen vier Kernmärkte der Telefónica, S.A. Group. Die Telefónica, S.A. Group fokussiert ihre Geschäftstätigkeit vornehmlich auf Lateinamerika, Großbritannien, Spanien und Deutschland. Die Obergesellschaft der Telefónica Deutschland Gruppe, die Telefónica Deutschland Holding AG, wird in den Konzernabschluss der obersten Konzernmuttergesellschaft, der Telefónica, S.A. Madrid, Spanien (Telefónica, S.A. Group), einbezogen. Die Telefónica Deutschland Holding AG hat ihren Geschäftssitz in München, ist seit 2012 an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit dem 24. September 2018 im MDAX sowie seit 2013 im TecDAX gelistet.

Unter ihrem Dach ist u. a. die 99,99%ige Tochtergesellschaft Telefónica Germany GmbH & Co. OHG operativ tätig.

¹ Die Summe der Mitarbeitenden (Kopfzahl) basiert auf aktiven und inaktiven Festangestellten und Aushilfen (inkl. Werkstudenten) unabhängig von der Befristung. TGS/TGR, Holding, Auszubildende, Praktikanten und Diplomanden sind exkludiert. Gesamtbelegschaft inkl. 50 % der Mitarbeitenden aus dem Tchibo-Joint-Venture.



1.0 Digitalisierung gestalten

1.1 Vorwort

1.2 Unser Responsible Business Plan

1.3 Unternehmensporträt

UNSERE MARKEN

GESCHÄFTSKUNDEN

Unternehmen und internationale Konzerne



Selbstständige, kleine und mittlere Unternehmen



PRIVATKUNDEN

EIGENE MARKEN

PARTNERMARKEN

Kernmarke



Zweitmarken¹



Partnermarken und Serviceprovider



¹ Auswahl

Corporate Responsibility managen

1.0 Digitalisierung gestalten

2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

3.0 Verantwortlich
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima
schützen

6.0 Herleitung und Evaluierung
der CR-Strategie

7.0 Daten und Fakten

Neun wesentliche
Themen mit

35

Zielen bis 2020



14 wesentliche
Themen mit

76

Zielen ab 2021



2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

GRI Managementansätze:
Wirtschaftliche Leistung
(103-2; 103-3);
Indirekte ökonomische
Auswirkungen (103-2; 103-3);
GRI 203-1; 203-2

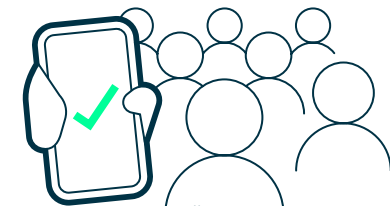
Wir demokratisieren High-Tech

Die Telefónica Deutschland Gruppe sorgt für den Zugang und die Konnektivität in unserer digitalen Zukunft, um das tägliche Leben für jeden Menschen nachhaltig zu verbessern. Damit unterstützt das Unternehmen die Mission der weltweit tätigen Telefónica, S.A. Group, unsere Welt durch das Schaffen von Verbindungen menschlicher zu machen.

Die COVID-19-Krise hat eindringlich vor Augen geführt, dass eine kommunikative Grundversorgung und der Zugang zu digitalen Services gesellschaftlich unverzichtbar sind. Gespräche mit Freunden und Verwandten, der Austausch mit Kollegen und Kunden, der Zugang zu aktuellen Informationen – all das muss für die Menschen auch in Zeiten der räumlichen Trennung möglich sein. Die Telekommunikation ist somit für Wirtschaft und Menschen gleichermaßen systemrelevant. Dies wird gemeinhin anerkannt, weshalb die Leistungen der gesamten Branche mehr und mehr Wertschätzung in der Gesellschaft finden.

Grundlage für die digitale Teilhabe aller Menschen sind leistungsfähige Telekommunikationsnetze. Die Telefónica Deutschland Gruppe bietet als Vollsortimenter sowohl Mobilfunk- als auch Festnetzlösungen an. Dabei greift das Unternehmen bundesweit auf ein eigenes Mobilfunknetz zurück. Die Festnetzzugänge stellt der Anbieter seinen Kunden im Rahmen von partnerschaftlichen Kooperationen bereit. So werden insgesamt mehr als 47 Millionen Kunden in Deutschland mit einzelnen oder gebündelten Produkten zu einem erstklassigen Preis-Leistungsverhältnis im Markt bedient.

Über 44 Millionen Menschen – rechnerisch jede zweite Person hierzulande – nutzen das hochmoderne Mobilfunknetz. Kein Anbieter verbindet mehr Menschen im deutschen Mobilfunk. Im Festnetz erhalten die Kunden die bundesweit größten, vielfältigsten und modernsten Zugänge zu schnellen Breitbandanschlüssen. Dafür greift die Telefónica Deutschland Gruppe über strategische Partnerschaften auf mehr Zugangstechnologien zurück als jeder Wettbewerber. Künftig setzt der Telekommunikationsvollsortimenter dabei verstärkt auf Glasfaser-Lösungen und beteiligt sich dafür unter anderem auch an der neu gegründeten deutschen Glasfasergesellschaft „Unsere Grüne Glasfaser“, die den Ausbau von Glasfaserinfrastruktur im ländlichen Raum vorantreibt.



Über
44 Mio.
Menschen in einem der größten
deutschen Mobilfunknetze verbunden

EIN LEISTUNGSSTARKES NETZ UND EINE ZUVERLÄSSIGE IT

Ein leistungsstarkes Netz und eine zuverlässige IT-Architektur bilden die Basis des Geschäftserfolgs. Bereits heute ist das Mobilfunknetz auf Augenhöhe mit dem Wettbewerb. Die Telefónica Deutschland Gruppe baut das 4G-Netz so aus, dass auch in der Fläche perspektivisch alle Menschen schnellen Mobilfunk genießen können und die regulatorischen Ausbauforderungen erfüllt werden. Seit Oktober können Kunden auch das 5G-Netz nutzen. Bis zum Ende des Jahres 2025 soll das ganze Land mit der neuen Mobilfunktechnologie versorgt sein. Gleichzeitig verbessert das Unternehmen kontinuierlich seine IT-Systeme, um effizienter und zielgerichteter arbeiten zu können. Es setzt einen verstärkten Fokus auf die Modernisierung der Systemlandschaft an den Kundenschnittstellen sowie auf eine weitere Digitalisierung interner Prozesse. Dafür werden in den kommenden Jahren signifikante Investitionen in neue Software und Hardware und eine weitere Standardisierung getätigt, die die bisherige vielschichtige IT-Landschaft sukzessive ablösen. Im Ergebnis werden diese zukunftsfähigen Lösungen das Unternehmen schneller, effizienter und kostengünstiger agieren lassen.

2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

GRI Managementansätze:
Wirtschaftliche Leistung
(103-2; 103-3);
Indirekte ökonomische
Auswirkungen (103-2; 103-3);
GRI 203-1; 203-2

Konsequente Wachstums- strategie für die Zukunft

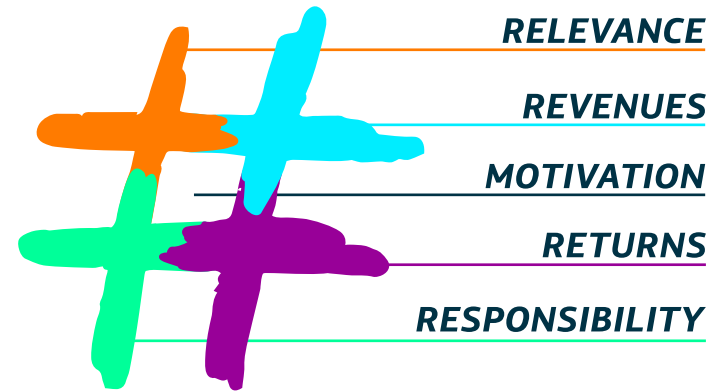
Der Telekommunikationsanbieter verfolgt konsequent eine profitable Wachstumsstrategie und hat sich zum Ziel gesetzt, zwischen 2020 und 2022 ein kumuliertes Umsatzwachstum von mindestens 5 % zu erreichen. Die Dynamik soll den Rest des Marktes übertreffen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden eine Vielzahl von Maßnahmen definiert. Die Anstrengungen fokussieren dabei vor allem in drei Bereichen: Wachstum des Mobilfunkgeschäfts, intelligente Bündelung von Festnetz- und Mobilfunkprodukten sowie anderen Diensten und Gewinnung von Geschäftskunden durch deutlich verbesserte Infrastruktur.

Globales Telefónica-Strategie- programm „Reconnect“

Die Wachstumsstrategie ist eng verzahnt mit dem globalen Strategieprogramm #RECONNECT der global agierenden Telefónica, S.A. Group. Das Programm zielt auf die Weiterentwicklung der Marktposition und des Technologieeinsatzes in den vier Kernmärkten Spanien, Brasilien, UK und Deutschland ab. Hierzu zählen insbesondere eine stetige Verbesserung der Kundentreue und Weiterempfehlungsrate sowie Investitionen in strategische Wachstumsfelder aus den Bereichen Technologie, Service und Angebotsbreite. Die Telefónica Deutschland Gruppe hat in diesem Kontext Rekordinvestitionen in Netz und Technologie für den Zeitraum 2020 bis 2022 angekündigt und beteiligt sich an zukunftssträchtigen Glasfaserinitiativen, dem Einsatz von Cloud-Lösungen und Innovationen wie Open RAN im Mobilfunk.

Zudem verzeichnete das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr historische Tiefstände in der Abwanderungsrate bei O₂ Kunden sowie eine Verbesserung der Weiterempfehlungsrate NPS von mehr als 20 Punkten in den vergangenen drei Jahren.

#RECONNECT
Unser klarer Plan zum Ziel



„MOBILE
CUSTOMER &
DIGITAL
CHAMPION“
2022

All diese Innovationen und Investitionen kommen letztlich den Kunden zugute und folgen dem globalen Anspruch der Telefónica, S.A. Group, Kunden und die Verbindung zwischen Menschen und Technologien in den Mittelpunkt zu stellen. Denn das ist die zentrale Voraussetzung für nachhaltiges Wachstum.

Enge Verzahnung von Business- und Nachhaltigkeitsstrategie

Unsere CR-Strategie ist eng mit unserer Geschäftsstrategie #RECONNECT verzahnt. Die als wesentlich identifizierten CR-Themen lassen sich klar den einzelnen Dimensionen von #RECONNECT zuordnen. Mit unseren Aktivitäten im Rahmen der CR-Themen und Schwerpunktfelder wollen wir einen Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) und zu einem nachhaltigen Wandel der Gesellschaft leisten.

Wir integrieren Nachhaltigkeit über feste Strukturen in unsere Geschäftsprozesse, um unser Unternehmen zukunftsorientiert aufzustellen. Unser klares Bekenntnis zu nachhaltigem Wirtschaften im Sinne unseres Kerngeschäfts zahlt zudem positiv auf die Reputation der Telefónica Deutschland Gruppe ein und trägt zur Minimierung von Geschäftsrisiken bei.

2.0 Corporate Responsibility managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie

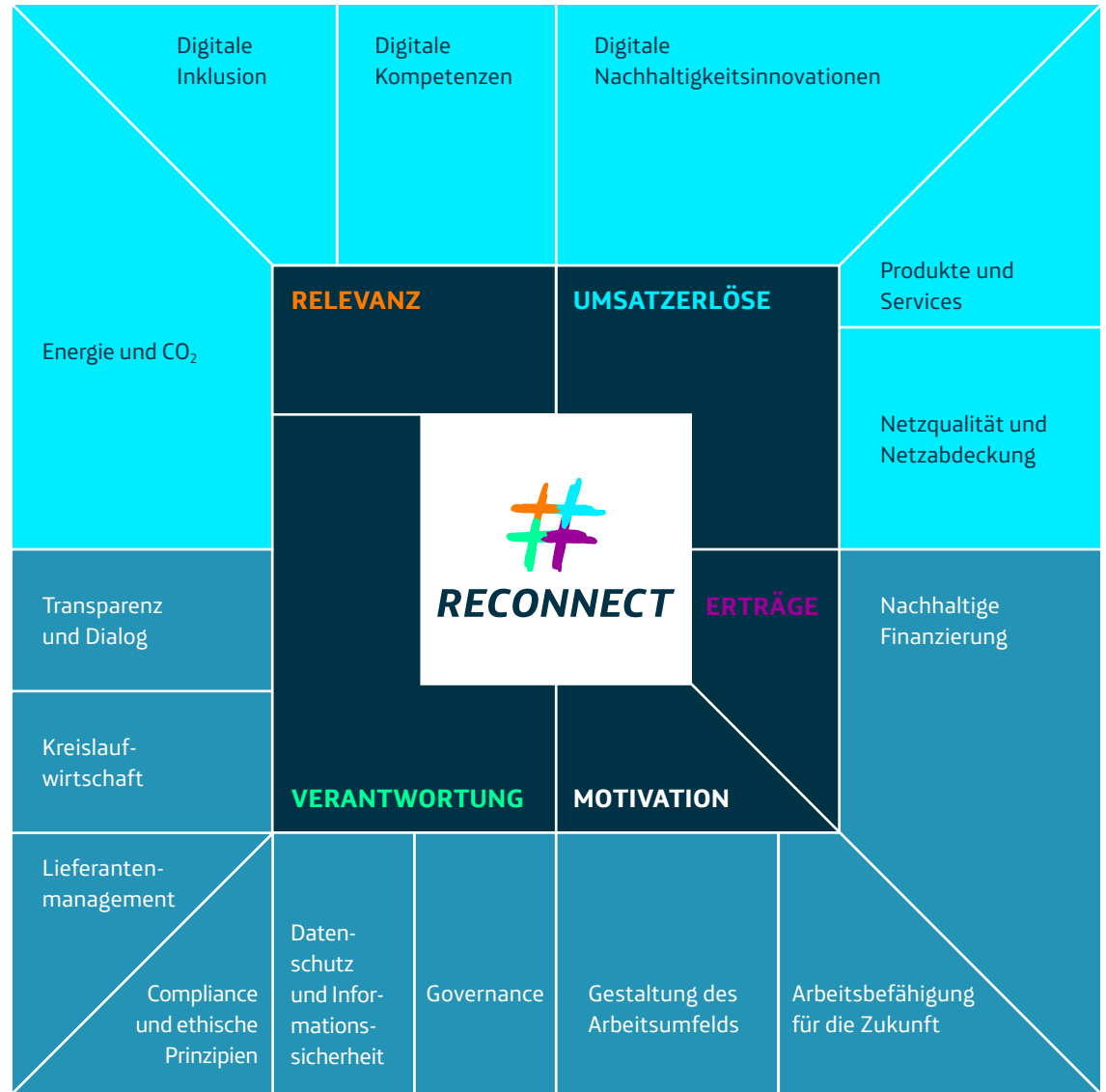
GRI Managementansätze:
Wirtschaftliche Leistung (103-2; 103-3);
Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3);
GRI 203-1; 203-2

BUSINESS- UND NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist in unsere Business-Strategie integriert und trägt zu den Sustainable Development Goals der UN bei.



- Strategische Prioritäten
- Direkter gesellschaftlicher Beitrag unseres Geschäfts
- Verantwortliches Wirtschaften



2.0 Corporate Responsibility managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung während der Corona- Pandemie

Umfassende CR-Strategie für eine nachhaltige Unternehmensführung

Unser Ziel ist es, technologische Innovationen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einzusetzen und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Wir wollen die Digitalisierung zum Wohl der Menschen nutzen und die Verbindungen zwischen ihnen stärken. Im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung behalten wir zugleich bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick. Wir verstehen uns als Wegbereiter für eine nachhaltige Digitalisierung, um einen besseren Alltag für alle Menschen zu schaffen. Dies wollen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen sicherstellen. Wir entwickeln unsere CR-Strategie kontinuierlich weiter, damit sie auch künftig den sich verändernden Erwartungen un-

serer Stakeholder, zunehmender externer Regulierung und unserem eigenen Anspruch als verantwortungsvoll handelndem Unternehmen gerecht wird.

Responsible Business Plan 2020: Drei Schwerpunktfelder

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat 2015 eine ganzheitliche CR-Strategie entwickelt, die die geschäftsstrategische Ausrichtung ebenso wie die Erwartungen unserer Stakeholder berücksichtigt. Unsere CR-Strategie baut auf den Ergebnissen einer Materialitätsanalyse auf. Diese umfasste eine Stakeholderbefragung sowie die Bewertung der Auswirkungen

unseres Handelns und der Geschäftsrelevanz potenziell relevanter Themen. Dadurch wurden wesentliche Themen für die Telefónica Deutschland Gruppe ermittelt und in eine Matrix überführt. Im Anschluss wurden die drei CR-Schwerpunktfelder „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“ sowie „Umwelt und Klima schützen“ abgeleitet. Auf dieser Basis haben wir 2016 unseren Responsible Business Plan 2020 zur Steuerung unseres Nachhaltigkeitsengagements entwickelt. In diesem wurden mit den Schwerpunktfeldern verknüpfte CR-Themen entlang der Wertschöpfungskette definiert und jeweils übergreifende Ambitionen bis zum Jahresende 2020 formuliert. Den Responsible Business Plan 2020 haben wir im CR-Report 2016 ausführlich vorgestellt. Die Ergebnisse unseres daraus resultierenden Nachhaltigkeitsmanagements haben wir in unseren jährlichen CR-Berichten dokumentiert.

Weiterentwicklung der CR- Strategie: Responsible Business Plan 2025

Im Berichtsjahr wurde die CR-Strategie weiterentwickelt, die ab 2021 den bisherigen Responsible Business Plan ablöst. Als Basis diente eine im Jahr 2020 durchgeführte umfangreiche Wesentlichkeitsanalyse,



2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

GRI 102-11; 102-15; 102-46; 102-47

UNGC-Prinzip 7

bei der in einem strukturierten Verfahren sieben Handlungsfelder und 24 potenziell wesentliche Themen für die Telefónica Deutschland Gruppe ermittelt und in eine Themenmatrix eingeordnet wurden. Die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit, die kurzfristige und langfristige Geschäftsrelevanz für die Telefónica Deutschland Gruppe und die Stakeholderrelevanz wurden erhoben. Dabei haben wir uns auf quantitativ ausgerichtete Kunden- und Mitarbeiterbefragungen, qualitativ orientierte Experteninterviews mit Kunden, Lieferanten, NGO-Vertretern, Analysten, Investoren und Verbandsrepräsentanten, Workshops mit dem Senior Management sowie unternehmens-, markt- und branchenspezifische Studien gestützt. Zur Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsperformance haben wir zudem ein Managementsystem zu den ESG-Ratings aufgebaut und deren Analyseergebnisse ebenso in die Auswertung der Wesentlichkeitsanalyse einfließen lassen. Die Ergebnisse der neuen Wesentlichkeitsanalyse werden für uns ab 2021 handlungsleitend sein und als Basis für das CR-Reporting in den kommenden Berichtsjahren dienen.

Corporate Digital Responsibility im Rahmen unserer Strategie

Die Auswirkungen des digitalen Wandels auf Umwelt und Gesellschaft sowie die veränderten Ansprüche unserer Stakeholder nehmen einen zentralen Punkt im Rahmen unserer Corporate-Responsibility-Strategie ein. Eine verantwortungsvolle und nachhaltige Gestaltung der Digitalisierung (Corporate Digital Responsibility) ist Grundvoraussetzung, um in der Gesellschaft Vertrauen in den digitalen Wandel zu schaffen. Die Telefónica Deutschland Gruppe hat sich zum Ziel gesetzt, den digitalen Wandel aktiv und verantwortlich mitzugestalten.

Dabei ermöglichen wir nicht nur digitale Anwendungen, sondern wenden auch selbst Algorithmen und künstliche Intelligenz an. Die Potenziale und Chancen, die sich aus der Digitalisierung für eine nachhaltige Entwicklung ergeben, möchten wir bestmöglich nutzen. Daraus leiten wir unsere Verantwortung in der digitalen Welt ab, die wir klar und messbar in unserem Responsible Business Plan verankert haben.

Nichtfinanzielle Risiken

Unser Ziel ist es, positive Auswirkungen auf die einzelnen Themen zu erzielen und negative Konsequenzen weitestgehend zu minimieren. Im Fokus stehen für die Telefónica Deutschland Gruppe die mit den wesentlichen Themen verbundenen Risiken. Unsere Managementkonzepte sollen dazu beitragen, Risiken effektiv zu minimieren. Eine ausführliche Beschreibung erfolgt im [Kapitel „Risiko- und Chancenmanagement“ des zusammengefassten Lageberichts 2020](#).

Detaillierte Nachhaltigkeitsberichterstattung

Bei unserem Strategieprozess und der Auswahl der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen berücksichtigen wir neben den Stakeholdererwartungen auch die Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf die Gesellschaft sowie die Geschäftsrelevanz. Daraus leiten wir unsere Schwerpunkte für die Nachhaltigkeitsberichterstattung ab. Dieses Reporting nach den GRI-Standards beleuchtet vor allem die Perspektive der Stakeholder und die gesellschaftlichen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit. Das [Kapitel 6.1](#) zeigt eine Wesentlichkeitsmatrix nach GRI, die beide Betrachtungsweisen

einbezieht. Ab diesem Geschäftsjahr berichten wir auch zu den Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC). Im Zentrum stehen dabei die Themen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Dieser Bericht stellt einen Fortschrittsbericht dar (Communication on Progress (COP)). Zudem unterstützen wir den Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) und berichten im Kontext dieses Reports zu unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht. Weitere Details zu unseren CR-Themen aus Menschenrechtsperspektive sind im [Kapitel 3.5](#) dargestellt.

Uns ist bewusst, dass sich aus dem Klimawandel auch für unser Geschäftsmodell verschiedene Chancen und Herausforderungen ergeben, denen wir uns stellen. Zu den finanziellen Auswirkungen des Klimawandels auf unser Unternehmen berichten wir in diesem CR-Report im [Kapitel 6.2](#) in Anlehnung an die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Im [Kapitel 6.3](#) stellen wir exemplarisch dar, in welchen Nachhaltigkeitsratings und -rankings sowie Indizes wir gelistet sind und wie wir das Thema Sustainable Finance in unser Handeln integrieren. Mit der Umsetzung unseres Responsible Business Plan unterstützen wir ebenfalls aktiv die Erreichung der SDGs der UN. Das [Kapitel 6.4](#) zeigt eine Zuordnung unserer Beiträge zu den SDGs in den Handlungsfeldern des Responsible Business Plan. Im [Kapitel 6.5](#) sind umfangreiche Informationen zum Erfüllungsgrad des RBP 2020 zu finden.

Telefónicas Responsible Business Plan 2020

2.0 Corporate Responsibility managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie

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.

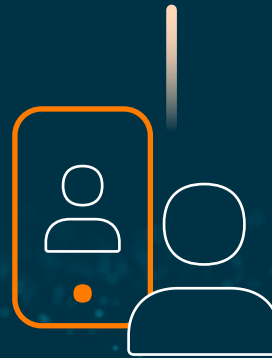


COMPLIANCE LIEFERKETTE ARBEITGEBER KUNDEN



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.

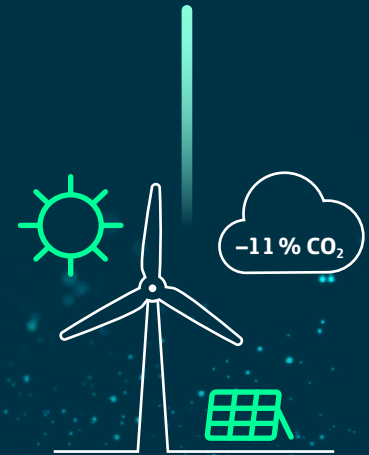


DIGITALE NACHHALTIGKEITS-INNOVATIONEN DIGITALE INKLUSION DATENSCHUTZ



Umwelt und Klima schützen

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.



ENERGIE & CO₂-REDUKTION RESSOURCENSCHUTZ



2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

Governance für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung

Es ist unser Ziel, bei unserer Geschäftstätigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick zu behalten und Risiken zu minimieren. Darüber hinaus wollen wir unser technologisches Know-how zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einsetzen und eine nachhaltige Digitalisierung vorantreiben.

Die [Geschäftsgrundsätze](#) der Telefónica Deutschland Gruppe dokumentieren unser Selbstverständnis für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung auf der Basis von ethischen Grundsätzen, Unternehmensstandards und Verhaltensweisen. Diese leiten sich aus den drei Grundwerten Integrität, Verlässlichkeit und Transparenz ab und setzen als verbindlicher Verhaltenskodex Maßstäbe für die Teilnahme am Geschäftsleben. Die Geschäftsgrundsätze sind an Mitarbeitende, Geschäfts-

partner, Gesellschafter und die Gesellschaft als Ganzes gerichtet. Um die Ernsthaftigkeit unseres Ansatzes zu bekräftigen, werden alle Mitarbeitenden einschließlich des Vorstands regelmäßig und verpflichtend auf die Einhaltung der Geschäftsgrundsätze geschult.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG fühlen sich darüber hinaus den Grundsätzen einer transparenten Corporate Governance verpflichtet und befassen sich regelmäßig mit den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Kodex legt Standards für die Überwachung und Leitung von börsennotierten Unternehmen fest. Der Vorstand führt das Unternehmen in eigener Verantwortung und im Interesse des Unternehmens mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Er wird hierbei vom Aufsichtsrat überwacht und beraten. Alle Maßnahmen und Entscheidungen, die von grundlegender

Bedeutung für das Unternehmen sind, werden in enger Abstimmung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat ausgeführt. In der Erklärung zur Unternehmensführung der Telefónica Deutschland Holding AG, die auch die [Entsprechenserklärung](#) zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG beinhaltet, informieren der Vorstand und der Aufsichtsrat über unsere Unternehmensführung.

Unsere CR-Strategie wird vom Vorstand verabschiedet und steht im Einklang mit der Unternehmensstrategie der Telefónica Deutschland Gruppe sowie der globalen Nachhaltigkeitsstrategie der Telefónica, S.A. Group. Um die Leitprinzipien und Vorgaben in die tägliche Praxis zu übersetzen, haben wir klare Governance-Strukturen und -Prozesse etabliert. So konzipiert und steuert die CR-Abteilung die Aktivitäten übergreifend über alle Fachbereiche und Unternehmensstandorte gemäß den strategischen Schwerpunkten des Responsible Business Plans. Sie überprüft die Erreichung der CR-Ziele und plant gemeinsam mit den Fachbereichen neue Maßnahmen. Für die Zielformulierung und einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess nutzt die CR-Abteilung auch die im Unternehmen verankerten Managementsysteme nach den Normen ISO 50001 (Energiemanagement), ISO 14001 (Umweltmanagement) sowie ISO 9001 (Qualitätsmanagement).

GRI 102-18; 102-19; 102-20;
102-21; 102-31

GOVERNANCE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Anteil der Mitarbeitenden und Direktoren, die zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult wurden ¹	%	78,5	78,0	96,8	95,8

¹ Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeitende in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 7.717, Vj. 7.885). In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten drei Jahre ein. Für das Jahr 2020 bedeutet dies 7.390 absolvierte Trainings vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2020.



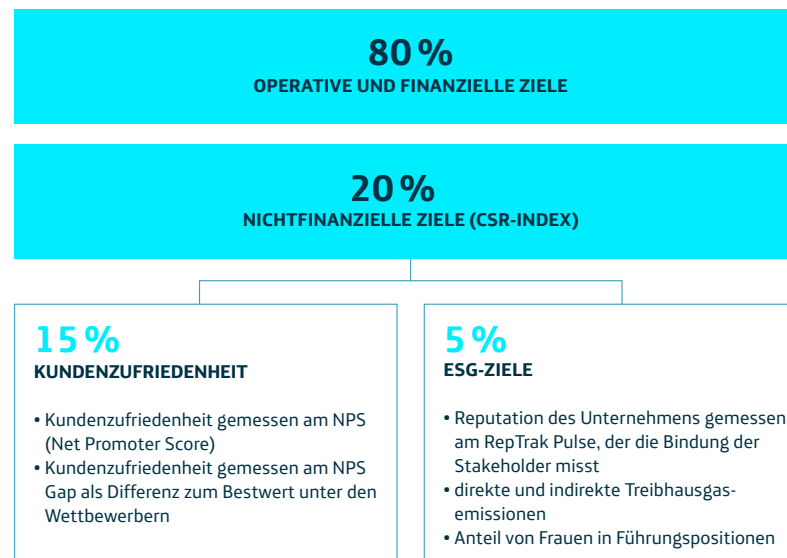
Die CR-Abteilung ist als Stabsstelle dem Vorstandsbereich für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Holding AG zugeordnet und berichtet direkt an die Vorständin. Die Erstellung des nichtfinanziellen Berichts zur Erfüllung der Anforderungen der §§ 315b i. V. m. 289c bis 289e HGB und des CR-Reports liegt bei der CR-Abteilung. Der Aufsichtsrat erörtert mit dem Prüfer die Ergebnisse der Prüfung des nichtfinanziellen Berichts mit den dazugehörigen Leistungskennzahlen und fasst dazu nach eigener Prüfung Beschluss.

Über Führungskräfteboni setzen wir Anreize zur Erreichung unserer Unternehmensziele. Neben den finanziellen Kennzahlen, die zu 80 % gewichtet werden, gelten dabei weitere Kriterien aus dem Bereich Unternehmensverantwortung. Diese haben wir in einem CSR-Index zusammengefasst, der mit 20 % gewichtet wird, und mit einer spezifischen Gewichtung hinsichtlich der Boni versehen. Nebenstehend die Übersicht für das Geschäftsjahr 2020.

Gesellschaftliche und politische Anforderungen bewerten

Der enge Austausch mit externen und internen Partnern ist für die Telefónica Deutschland Gruppe besonders wichtig und trägt zu den globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) bei. Die CR-Abteilung pflegt mit den relevanten Stakeholdern einen intensiven und kontinuierlichen Dialog, um die Erwartungen an das Unternehmen zu kennen und wichtige Themen sowie Trends frühzeitig zu identifizieren. Mit den einzelnen Fachbereichen steht die CR-Abteilung regelmäßig im direkten Kontakt und tauscht sich außerdem im Rahmen interner Steuerungsgremien – wie CR-Komitee, Umwelt- und Energiekomitee, Datenschutzforum sowie Menschenrechtskomitee – aus. Hier werden die allgemeinen Strategien diskutiert, Fortschritte festgestellt und Projekte sowie Maßnahmen bewertet. Darüber hinaus werden die an die CR-Abteilung herangetragenen Anliegen im Rahmen von Strategie-Workshops vom Senior Management bewertet. Die daraus resultie-

VARIABLE VERGÜTUNG AN NACHHALTIGKEITZIELE GEKOPPELT



renden Ergebnisse werden an den Vorstand berichtet. Zu übergreifenden fachspezifischen und gruppenweit relevanten Fragestellungen im Bereich Corporate Responsibility tauscht sich die Telefónica Deutschland Gruppe mit der Telefónica, S.A. Group aus.

Zielerreichung mit Leistungsindikatoren messen

Handlungsleitend für 2020 waren für uns die klaren Commitments zu jedem der neun CR-Themen des Responsible Business Plan 2020 (RBP 2020). Diese können nur durch einen Vorstandsbeschluss angepasst werden. Zu den Commitments werden jährlich gemeinsam mit den Fachbereichen konkrete CR-Ziele festgelegt und vom Vorstand der Telefónica Deutschland Gruppe als oberster Managementebene freigegeben.

Mittels aussagekräftiger Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators, KPIs) werden die Ziele in die Steuerungsprozesse integriert und messbar gemacht.

Regelmäßig wird gemeinsam mit dem Senior Management der beteiligten Fachbereiche kontrolliert, inwieweit die CR-Ziele erreicht wurden. Der Zielerreichungsgrad wird zusätzlich vom Vorstand halbjährlich überprüft und nachgehalten. Darüber hinaus prüft eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft jedes Jahr die im CR-Bericht veröffentlichten nichtfinanziellen Kennzahlen. Wir haben im Berichtsjahr unseren Responsible Business Plan für den Zeitraum 2016–2020 erfolgreich abgeschlossen und informieren zur Zielerreichung detailliert im Kapitel 6.5. Für die Zukunft haben wir einen neuen Responsible Business Plan 2025 aufgestellt, der bereits konkrete Ziele ab dem Geschäftsjahr 2021 beinhaltet.

CR-STEUERUNG BEI DER TELEFÓNICA DEUTSCHLAND GRUPPE



CR-Policies setzen Handlungsrahmen

Unsere eigenen Policies im Sinne von Richtlinien, Normen und Verfahrensanweisungen haben eine zentrale Funktion in der CR-Steuerung. Diese überführen grundlegende ökologische, soziale und compliance-bezogene Standards in unsere Prozesse, konkretisieren Anforderungen an unsere Stakeholder und sind Instrumente der Selbstverpflichtung und Kontrolle.

DIE WICHTIGSTEN RICHTLINIEN UND LEITLINIEN FÜR EIN ERFOLGREICHES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT



VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- Geschäftsgrundsätze
- Erklärung zur Unternehmensführung
- Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte
- Menschenrechtsrichtlinie
- Richtlinien zu Korruptionsprävention
- Richtlinien zum Umgang mit Interessenkonflikten, Einladungen und Geschenken sowie Incentives
- Policy zum Whistleblower-Kanal
- Richtlinie Compliance Organisation
- Richtlinie Business Continuity Management
- Unternehmensrichtlinie Corporate Responsibility
- Spendenrichtlinie



LIEFERKETTENMANAGEMENT

- Supply Chain Sustainability Policy (inkl. Konfliktmineralien)
- Beschaffungsrichtlinie für geringen CO₂-Ausstoß
- Einkaufsrichtlinie
- Allgemeine Bedingungen für die Lieferung von Waren und Dienstleistungen
- Supplier Management Instruction
- Regelungen für die Beschaffung von Dienstleistungen und den Umgang mit Dienstleistern



ARBEITGEBER

- Gesundheitspolitik
- Handbuch Arbeitsschutz und Gesundheit
- Richtlinie Gefährdungsbeurteilung
- Richtlinie Arbeitsmedizin
- Richtlinie Beauftragtenwesen im Arbeits- und Gesundheitsschutz



UMWELTMANAGEMENT UND KLIMA

- Umweltpolitik
- Richtlinie zum nachhaltigen Energiemanagement



DATENSCHUTZ

- Konzernstandard Datenschutz, inkl. Commitment und Leitlinien zum Umgang mit Daten
- Richtlinie Datenschutzverträge
- Richtlinie Datenschutz Informationspflichten
- Verfahrensanweisung Datenschutzkontrollen
- Verfahrensanweisung Datenschutzvorfälle



INFORMATIONSSICHERHEIT

- Informationssicherheitspolitik
- Regeln für Mindestsicherheitsanforderungen (Corporate Rule on Minimum Controls)
- Vertraulichkeitsstufen
- Richtlinie Sicherheitsvorfälle
- Richtlinien Physische Sicherheit

2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

Vielfältiger Austausch mit unseren Stakeholdern

Unser Ziel ist es, allen Menschen Zugang zum digitalen Leben zu geben und deren Alltag mit innovativen Angeboten nachhaltig besser zu machen. Wir wollen zugleich ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder sein und mehr über ihre Bedürfnisse erfahren. Dafür sind der transparente Austausch und Dialog mit Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten, Politik und Gesellschaft besonders wichtig. Wir sind bestrebt, Verbindungen mit unseren Partnern und zwischen den Menschen zu stärken, Netzwerke für den digitalen Fortschritt zu bilden und die Vorteile einer engen und nachhaltig ausgerichteten Zusammenarbeit aufzuzeigen.

Gleichzeitig sind wir bestrebt, die Auswirkungen unseres Handelns noch besser zu erkennen, um unser Geschäftsmodell mit dem Fokus auf den gesellschaftlichen Nutzen weiterzuentwickeln. Die Telefónica Deutschland Gruppe engagiert sich proaktiv in der Debatte um eine menschliche und wertorientierte Digitalisierung und die Zukunft des digitalen Lebens. Als zentralen Ort der Debatte nutzen wir das 2011 eröffnete BASECAMP in Berlin. Dort werden in etablierten Veranstaltungsreihen wie auch neuen, unkonventionellen Talk-Formaten Trends sowie Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung mit Medien,

Nicht-Regierungsorganisationen, Unternehmern, Start-ups, Verbrauchern, Politikern, Wissenschaftlern und vor allem mit interessierten Bürgern diskutiert. Angesichts der mit der Corona-Pandemie verbundenen Einschränkungen haben wir die Veranstaltungen erfolgreich auf Digital- und Hybridformate umgestellt. Damit haben wir die interessierten Teilnehmer angeregt, Diskussionen online zu verfolgen, Fragen zu stellen, sich an Live-Abstimmungen zu beteiligen, Kommentare abzugeben und sich intensiv über die sozialen Netzwerke auszutauschen.

GRI 102-42; 102-43; 102-44

STAKEHOLDERMANAGEMENT BEI TELEFÓNICA DEUTSCHLAND



Zusammenarbeit

Im Rahmen von Projekten oder intensiven Dialogen tauschen wir uns mit unseren Stakeholdern aus und erarbeiten so gemeinsam zukunftsfähige Lösungen.



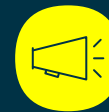
Dialog

Wir stehen über verschiedene Formate mit unseren Stakeholdern in engem Austausch und führen einen offenen Dialog – sowohl digital als auch durch persönlichen Kontakt.



Konsultation

Wir binden unsere Stakeholder aktiv ein, z. B. durch Befragungen zur Einstufung der Relevanz von Themen und zu ihrer Meinung gegenüber dem Unternehmen oder auch aktuellen Themen.



Information

Wir informieren unsere Stakeholder über zahlreiche Kanäle zu aktuellen Entwicklungen, Neuigkeiten über unsere Themen sowie Angeboten und Produkten.



Empowerment & Engagement

Wir engagieren uns in Form von Programmen und Initiativen unter enger Einbindung verschiedener Organisationen, um Stakeholdergruppen in der digitalen Welt weiter zu befähigen.

TELEFÓNICA DEUTSCHLAND IM REGELMÄSSIGEN DIALOG MIT IHREN STAKEHOLDERN

2.0 Corporate Responsibility managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie

KOMMUNEN

Städte und Gemeinden sind für uns wichtige Partner beim Ausbau unserer Netzinfrastruktur.

- Zusammenarbeit zur Auswahl von Netzwerk-/Antennenstandorten
- Aufklärung und Information zu Mobilfunk und Gesundheit
- Gemeinsame Pilotprojekte zu Infrastrukturmaßnahmen
- Teilnahme an Gemeinderatssitzungen
- Mitwirkung an Kommunikationsmaßnahmen zu Mobilfunk und 5G auf regionaler Ebene

EXTERNE INITIATIVEN

Zu CR-relevanten Themen arbeiten wir mit Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammen.

- Teilnahme am Umweltpakt Bayern und am Klimapakt Münchner Wirtschaft
- Partnerschaft mit der Initiative „Global Digital Women“
- Engagement im Rahmen von #SheTransformsIT und „Chefsache“ für mehr Chancengerechtigkeit für Frauen in der Digitalisierung

KUNDEN

Wir stehen im ständigen Kontakt mit unseren Kunden und wollen ihnen in einer komplexer werdenden Welt Orientierung und Begleitung bieten.

- Shops, Hotlines, Chats, innovative Formate wie der „O₂ Pop-up“-Shop, Kurzvideos, Social Media, Foren (O₂ Community)
- Self-Services durch die „Mein O₂“-App und o2online.de
- Informationszentrum Mobilfunk als Wissensportal
- „Mein 5G“-Podcast
- Messung der Kundenzufriedenheit entlang der Customer Journey

INFLUENCER AUS DIGITAL-INDUSTRIE, WIRTSCHAFT UND WISSENSCHAFT

Gemeinsam mit Multiplikatoren aus der Gesellschaft treiben wir die Debatte zum Thema Digitalisierung weiter voran.

Veranstaltungsreihen im Telefónica BASECAMP

- „young+restless“
- „Data Debates“
- „Digital Masterminds“
- „UdL Digital Talk“

MITARBEITENDE

Wir legen großen Wert auf ein vertrauensvolles Miteinander und fördern das gesellschaftliche Engagement unserer Beschäftigten.

- Mitarbeiterumfragen
- Betriebsratsversammlungen
- Veranstaltungen mit dem Vorstand wie „Tower Talk“, „Vorstand im Dialog“ und „Kaffee & Croissant“
- Interne Community für Frauen „TelefónicaConnects“
- DigitalBrain: KI-basiertes Wissensmanagement-Tool mit Fragen und Antworten von Mitarbeitenden
- Kommentarfunktion für Mitarbeitende bei allen Intranet-Meldungen
- Corporate Volunteering Day
- O₂ Tower Run



NGOs

Nichtregierungsorganisationen und gemeinnützige Initiativen sind wichtige Partner und Ideengeber für die Umsetzung unserer Programme in Richtung nachhaltige Digitalisierung.

- Kooperation und Wissenstransfer mit
- Stiftung Digitale Chancen
 - Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter
 - Deutsches Kinderhilfswerk
 - Cybermobbing-Hilfe
 - AfB social & green IT

- Kontinuierlicher Austausch mit
- B.A.U.M
 - NABU
 - UPJ
 - Deutsches UN Global Compact Netzwerk

POLITIK, VERWALTUNG, WIRTSCHAFT UND VERBÄNDE

Wir suchen das Gespräch mit Akteuren aus Politik und Wirtschaft und engagieren uns in der Verbandsarbeit.

- Austausch zum Netzausbau, z. B. mit kommunalen Spitzenverbänden
- Mitgliedschaften in relevanten Verbänden
- Kommunikation mit Justiz und Sicherheits- und Datenschutzbehörden entsprechend den gesetzlichen Vorgaben
- Veranstaltungen zu aktuellen politischen Themen im Telefónica BASECAMP
- UdL Digital Blog
- Public Affairs Blog

LIEFERANTEN UND GESCHÄFTSPARTNER

Wir pflegen eine faire Partnerschaft und den stetigen Austausch mit unseren Lieferanten, um unsere Wertschöpfungskette nachhaltiger zu gestalten.

- Lieferantenwebsite und Meldekanäle
- Stetiger Austausch auf Basis von Bewertungsergebnissen
- Aktionspläne zur Verbesserung bei Hochrisikolieferanten
- Lokale Audits
- Gelebte Feedbackkultur

AKTIONÄRE UND INVESTOREN

Unser Ziel ist es, Geschäftsmodell und Strategie unseres Unternehmens transparent und verständlich gegenüber den Kapitalmarktakteuren zu vermitteln.

- Jährliche Hauptversammlung
- Berichterstattung zum Quartal und zum Geschäftsjahr
- Stakeholdermanagement Kapitalmarkt
- Nichtfinanzieller Bericht und CR-Report
- Nachhaltigkeitsratings

2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

GRI 102-42; 102-43; 102-44

Tagesspiegel Data Debates: hochkarätig besetzt und politisch aktuell

Als Initiator und Partner der Tagesspiegel Data Debates laden wir hochkarätige Gäste aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Religion und Kultur dazu ein, die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft zu debattieren. Im Jahr 2020 standen vor allem die breit diskutierten Themen Corona-Pandemie und Klimawandel im Mittelpunkt. So ging es bei der Data Debate #17 um die Frage „Digitale Schule in der Corona-Krise: Notlösung oder Revolution?“. Nach einem Vortrag von Dr. Stefanie Hubig, Staatsministerin für Bildung des Landes Rheinland-Pfalz und Präsidentin der Kultusministerkonferenz, diskutierten die Bundstagsabgeordnete Tabea Rößner (Bündnis 90/Die Grünen), Lehrer, Schüler und Experten, wie in Deutschland digitale Bildung unter Pandemiebedingungen besser funktionieren kann und wie technische sowie pädagogische Innovationen umzusetzen sind.

Bei einer weiteren Data Debate #16 mit dem Thema „Gibt es eine technologische Antwort auf die Klimakrise?“ wurde erörtert, welche Antworten die Digitalisierung und Zukunftstechnologien auf die Klimakrise geben können. Markus Haas, CEO der Telefónica Deutschland Holding AG, debattierte mit dem Direktor des Hasso-Plattner-Instituts, Prof. Dr. Christoph Meinel, und der Geschäftsführerin der Zukunft – Umwelt – Gesellschaft, Corinna Enders, darüber, wie der CO₂-Fußabdruck von IT-Anwendungen verringert werden kann. Auf der anderen Seite wurden die enormen Potenziale für den Umweltschutz in den Blick genommen, die mit Robotics oder künstlicher Intelligenz verbunden sind.

Eine weitere Veranstaltung Data Debate #15 mit dem Thema „5G-Labor Berlin – Wie smart ist die Hauptstadt?“ befasste sich insbesondere mit den Chancen des neuen Mobilfunkstandards 5G für Industrie und Medizin sowie der Entwicklung von Smart Cities wie Berlin. Zu den prominenten Mitdiskutanten zählte hier Saskia Esken, die Bundesvorsitzende der SPD.

UdL Digital Talk: Bundespolitiker und gesellschaftliche Akteure im Dialog

Beim UdL Digital Talk, UdL bedeutet hier „Unter den Linden“, treffen seit 2010 hochrangige Politiker und Meinungsführer aufeinander, um aktuelle Themen der deutschen und europäischen Digitalpolitik zu diskutieren. Zu den Gästen der politischen Talkshow im BASECAMP zählten schon Andreas Scheuer, Heiko Maas, Ursula von der Leyen, Peter Altmaier, Jürgen Trittin, Sahra Wagenknecht und weitere bekannte Politiker.

Eine kritische Bilanz zum Stand der Digitalisierung im Jahr 2020 zogen Dorothee Bär (CSU), die Bundesbeauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung, und Miriam Wohlfahrt, Geschäftsführerin und Gründerin

des Fintech RatePAY. Beide nahmen insbesondere die Situation in Unternehmen und an Schulen und Universitäten unter die Lupe und bewerteten deren Ansätze, digitale Antworten auf die Corona-Pandemie zu finden. Zudem kamen hemmende Faktoren für eine erfolgreiche Digitalisierung zur Sprache, wie die Zuständigkeitsverteilung im Föderalismus und skeptische Einschätzungen zu 5G in der Bevölkerung.

Bundesjustizministerin Christine Lambrecht (SPD) und Philipp Westermeyer, Gründer von Online Marketing Rockstars (OMS), diskutierten bei einem weiteren UdL Digital Talk über den Kampf gegen den Hass im Netz. Ein wichtiges Ergebnis dieses Talks bestand darin, dass sowohl rechtliche und technische Gegenmaßnahmen als auch Zivilcourage und Medienkompetenz notwendig sind, um den Austausch im Netz sicherer und vertrauensvoller zu gestalten.



2.0 Corporate Responsibility managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung während der Corona- Pandemie

AI-Hub Europe: Künstliche Intelligenz als Top-Thema

Wir öffnen das BASECAMP immer wieder für neue Themen der digitalen Welt und haben zahlreiche innovative Veranstaltungsformate für den Dialog entwickelt. Eines davon ist der Lunch-Talk von AI-Hub Europe, einer der führenden Websites für Nachrichten und Analysen zum Thema KI (künstliche Intelligenz).

Wie Start-ups und junge Unternehmen die Corona-Krise überstehen und ihren Teil zum Wiedererstarren der Wirtschaft leisten können, erörterten dabei die beiden Bundestagsabgeordneten und Mitglieder der KI-Enquete-Kommission Falko Mohrs (SPD) und Mario Brandenburg (FDP) mit Experten der KI-Szene. Dabei standen sowohl die Hilfsinstrumente der Politik als auch die Unterstützung von Kapitalgeberseite im Vordergrund. Der AI-Hub war zudem Schauplatz eines „Europäischen KI-Spitzentreffens“, das die aktuelle Situation der KI-Branche auf dem Kontinent analysierte und die Chancen für die Schaffung eines europäischen KI-Ökosystems auslotete, das sich im globalen Wettbewerb behaupten kann.

Relevante gesellschaftliche Themen im BASECAMP

Anlässlich des Aktionstags gegen digitale Gewalt gegen Frauen am 15. Oktober 2020 diskutierte Franziska Giffey (SPD), Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend mit Influencerinnen und Frauen, die sich in der Hilfe für Betroffene engagieren. Hier ging es vor allem um Strategien, digitaler Gewalt gegen Frauen aktiv entgegenzutreten, beispielsweise mit politischen Regulierungen und Maßnahmen der Strafverfolgung, aber auch durch Unterstützung und Solidarität aus der Zivilgesellschaft.

Die Frage, ob die Digitalisierung die globalen Umweltprobleme lösen kann oder ein Beschleuniger des Klimawandels ist, stand im Fokus einer weiteren



Diskussionsveranstaltung im BASECAMP. Markus Haas, CEO der Telefónica Deutschland Gruppe, tauschte sich mit dem Forscher Prof. Tilman Santarius sowie Vertretern von Unternehmen und von Fridays for Future über Strategien aus, die digitale Transformation nachhaltiger zu gestalten und Treibhausgasemissionen abzubauen.

young+restless: junges Netzwerk der Kreativszene

Für junge Führungskräfte und Entscheider aus dem politischen Berlin, der Start-up-Szene, der Medienwelt sowie der Kreativwirtschaft haben wir young+restless ins Leben gerufen. Das Netzwerk, das 2020 den 5. Geburtstag seines Bestehens feierte, ist mit seinen Veranstaltungen mittlerweile fester Bestandteil der bunten Szene der Hauptstadt. Anlässlich der virtuellen Geburtstagsfeier warfen Initiatoren und Unterstützer einen Blick zurück und nahmen zugleich aktuelle Themen wie Cybermobbing oder Klimaschutz in den Blick.

Besondere Aufmerksamkeit zog ein Event der Reihe auf sich, das sich mit den Auswirkungen der Corona-Krise auf den Journalismus befasste. Namhafte Medienvertreter wie Ines Pohl, Chefredakteurin der Deutschen Welle, und der Publizist Harald Welzer gingen etwa der Frage nach, wie verlässliche Nachrichten in einer Echtzeit-Informationsflut gefunden werden können und wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinem Informationsauftrag in der Krise nachkommt. Ferner ging es um Geschäftsmodelle für guten Journalismus und die Erhaltung von Qualität und Vielfalt in den Medien.

Weitere Veranstaltungen von young+restless im Jahr 2020 befassten sich mit Themen wie sozialen Ungleichheiten in Corona-Zeiten, der Digitalisierung von Schulen, Verwaltung und Unternehmen, dem Klimaschutz und dem Kampf gegen digitale Gewalt.

Podcast-Reihe „M5G – Mein 5G“ ins Leben gerufen

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat mit „M5G – Mein 5G“ eine neue Podcast-Reihe gestartet, in der sich alles um die Möglichkeiten und Anwendungsfelder des neuen Mobilfunkstandards 5G dreht. Für jede Podcast-Folge laden wir spannende und hochkarätige Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft ein.

Gleich in der ersten Podcast-Folge ging es darum, ob 5G ein Wegbereiter einer „grünen Digitalisierung“ sein kann und damit dem Umwelt- und Klimaschutz zugutekommt. Im Gespräch mit Pauline Brünger (Fridays for Future) und dem Klimaexperten Prof. Dr. Tilman Santarius brachte Joachim Sandt, Umweltbeauftragter der Telefónica Deutschland Gruppe, für die Podcast-Hörer mehr darüber in Erfahrung, wie Vordenker und Vorkämpfer in Sachen Klimaschutz über die Chancen und Herausforderungen neuer digitaler Technologien denken. Zwar steigt der Datenhunger der deutschen Verbraucher immer weiter an, aber im Vergleich zu den bestehenden Mobilfunkstandards sieht die Fachwelt 5G als deutlich energiesparender an. Was bereits heute gut funktioniert, seien hochzuverlässige Videokonferenzen, mit denen sich Auto- oder Flugreisen vermeiden ließen.

In weiteren Folgen des „Mein 5G“-Podcasts ging es um vermeintliche Gesundheitsrisiken der neuen Mobilfunkgeneration (Siehe Kapitel 5.4) oder auch innovative digitale Geschäftsmodelle, die durch den bevorstehenden Quantensprung in der Echtzeit-Datenübermittlung vorangetrieben werden können.

Der 5G-Campus im BASECAMP eröffnet

Anfang März – kurz vor dem Corona-Lockdown – haben wir 5G erstmals für jedermann erlebbar gemacht und das Berliner BASECAMP durch einen 5G-Campus erweitert. Dank der installierten 5G-Indoor-Campus-Lösung soll das BASECAMP zukünftig allen interessierten Politikern, Wirtschaftsvertretern, Gründern und Verbrauchern ermöglichen, die neue Mobilfunktechnologie in der realen Welt auszuprobieren und kennenzulernen. Außerdem wollen wir dort den Austausch über die wesentlichen Themen rund um 5G fördern. Den Auftakt dafür bildete die offizielle Eröffnung mit Telefónica-CEO Markus Haas, Eugene Kaspersky, dem CEO von Kaspersky, dem Präsidenten des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik Arne Schönbohm und der Journalistin Dunja Hayali. Über Show Cases demonstrierten vor Ort Unternehmen wie Nokia, Samsung und Dimenco, aber auch das Start-up FoldAI aus dem Telefónica Start-up-Inkubator Wayra die zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten von 5G für Kommunikation, Unterhaltung, Wirtschaft und Wissenschaft.

Im Dialog mit EU-Abgeordneten zu aktuellen Digitalthemen

Anlässlich der EU-Ratspräsidentschaft der deutschen Bundesregierung haben wir uns zu europäischen Digitalthemen wie etwa der Richtlinie zur Netz- und Informationssicherheit oder dem geplanten Rechtsakt über digitale Dienste (Digital Services Act) mit deutschen Europaparlamentariern ausgetauscht. Die Interviews haben wir auf [Basecamp.digital](https://www.basecamp.digital) veröffentlicht.

So sprachen wir mit Tiemo Wölken, seit 2016 Abgeordneter der Sozialdemokratischen Fraktion im Europäischen Parlament. Neben einer nachhaltigen Klimapolitik setzt er sich für klare Rechtsstandards im digitalen Raum ein, positioniert sich z. B. klar gegen den Einsatz von Uploadfiltern auf Plattformen, für mehr Datenschutz und die Stärkung der Informationsfreiheit. In weiteren Interviews der Reihe kamen Axel Voss, Europaabgeordneter der EVP-Fraktion und Berichterstatter zur EU-Urheberrechtsreform, und Verfechter der digitalen Souveränität Europas zu Wort. Überdies haben wir Alexandra Geese interviewt, die Abgeordnete der Fraktion Die Grünen/EFA, die sich für ein starkes Wettbewerbsrecht und eine wertegeleitete digitale Transformation einsetzt.



2.0 Corporate Responsibility
managen

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

2.5 Digitale Verantwortung
während der Corona-
Pandemie

GRI 102-42; 102-43; 102-44

SheTransformsIT: Frauen in der digitalen Welt sichtbar machen

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist aktiver Unterstützer der Initiative #SheTransformsIT, die sich für mehr Präsenz von Frauen in der Digitalisierung stark macht. Aktuell liegt Deutschland mit einem Frauenanteil von 17 % in der IT-Branche in Europa auf einem der letzten Plätze. Seinen Auftakt fand #SheTransformsIT auf dem Digitalgipfel der Bundesregierung Ende November 2020. Die Initiative versammelt erstmals eine breite politische Unterstützung aus Digitalpolitikerinnen des Bundestages sowie aus Unternehmen, Wissenschaft und Zivilgesellschaft.

Telefónica Tower Talk belebt internen Dialog

Der kontinuierliche Dialog mit unseren Mitarbeitenden ist uns sehr wichtig. Mit dem neuen, interaktiven, digitalen „Telefónica Tower Talk“-Format wollen wir diesen Dialog weiter fördern. Im Rahmen dieses neuen Formats stellen unsere Vorstandsmitglieder und

Führungskräfte neue Projekte und Initiativen vor, nehmen Ideen auf und motivieren zur Unterstützung. So wurde etwa auch den Mitarbeitenden die neue Klimaschutzstrategie 2025 vorgestellt. Valentina Daiber, Vorständin für Legal & Corporate Affairs, CEO Markus Haas und CFO Markus Rolle gingen auf die einzelnen Bausteine der Strategie ein und standen unseren Mitarbeitenden im Livestream des Talks Rede und Antwort.

Studien, Tests und Umfragen beschleunigen neue Lösungen

Wir wollen aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen immer besser verstehen und sie in unsere tägliche Arbeit einbeziehen. Um unser Know-how zu stärken, initiieren und fördern wir eine Vielzahl von Analysen und Umfragen.

O₂ hat mit der GfK eine repräsentative Studie zum Thema „Cybermobbing“ unter Online-Usern im Alter von 14–48 Jahren durchgeführt. Danach ist die Problematik des virtuellen Mobbings bei über 95 % der Deutschen bekannt. Cybermobbing hat für 83 % der Betroffenen

Folgen – über 10 % hatten danach sogar Angst, das Haus zu verlassen. Fast jeder Dritte der 14–19-Jährigen hat sich in der digitalen Welt schon einmal persönlich attackiert gefühlt. 70 % dieser Altersgruppe sind jedoch unsicher und wissen nicht, wie sie helfen können. Rund 90 % der Befragten sind der Meinung, dass Täter von Cybermobbing stärker zur Rechenschaft gezogen werden müssen.

In unserem Auftrag befragte das Marktforschungsunternehmen INNOFACT Personen zu ihrer Internet-Nutzung von Zuhause aus. Mehr als die Hälfte der Befragten (53 %) gab an, keine Technologie-Präferenz zu haben: Ihnen ist es egal, ob sie über die DSL-Leitung, das TV-Kabel, die Glasfaser oder alternativ über die Mobilfunkzelle ins Internet gelangen. Schon jeder Zweite (49 %) kann sich vorstellen, dass das High-speed-Internet für zu Hause nicht zwangsläufig über das Festnetz kommen muss, sondern auch über 4G und 5G transportiert werden kann. Besonders wichtig sind den Nutzern eine stabile Internetverbindung (96 %) und eine schnelle Surfgeschwindigkeit (92 %).

Im Kampf gegen das Coronavirus hat die Telefónica Deutschland Gruppe einen internationalen Forschungsverbund unterstützt, um Therapien und Impfungen zu entwickeln. Für das Volunteer-Computing-Projekt folding@home stellt das Unternehmen ein Rechenzentrum in Hamburg zur Verfügung, das rund 40 Hochleistungsserver mit rund 1.400 Rechenkernen umfasst, aber auch über freie Kapazitäten verfügt. Ziel des Projekts ist es, über Computersimulationen die Proteinstruktur des Coronavirus zu analysieren und ein möglichst wirkungsvolles Design für Therapien zu entwickeln. Die Telefónica, S.A. Group beteiligte sich mit ihren Tochtergesellschaften in vielen Ländern an dem folding@home-Projekt und konnte bereits 107 Hochleistungsserver zur Verfügung stellen.



Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie

Unsere Corporate-Digital-Responsibility-(CDR)-Aktivitäten haben im Corona-Jahr 2020 eine spezielle Akzentuierung erfahren. Im Mittelpunkt stand dabei, Menschenleben mit digitalen Mitteln in der Pandemie zu schützen, Zusammenhalt zu stärken und die digitale Infrastruktur für ein funktionierendes öffentliches Leben leistungsfähig zu halten. So stellen wir unsere Maßnahmen in der Digitalisierung einmal mehr in den Dienst der Gesellschaft und schaffen über unser technologisches Know-how einen sinnvollen Mehrwert.

Mobilitätsanalysen zur Eindämmung der Corona- Pandemie

Die Messung von Mobilitätsströmen und der Nutzung verschiedener Verkehrsmittel erlaubt Prognosen, in welchen Gebieten sich Viren ausbreiten und Infektionsrisiken erhöhen. Dieses Wissen ist wichtig für Behörden, um gezielte Gegenmaßnahmen wie Kontaktbeschränkungen zu verhängen oder Lockerungen zuzulassen. Wir haben mit unseren Partnern Teralytics und Senozon dem Robert-Koch-Institut (RKI) anonymisierte und aggregierte Mobilfunkdaten zur Verfügung gestellt, die landesweite und tagesaktuelle Analysen – entlang strenger Datenschutzvorgaben – ermöglichen. Die sogenannten Schwarmdaten lassen keine Rückschlüsse auf konkrete Personen zu, dafür sorgt auch unsere Datenanonymisierungsplattform DAP. Mit unseren sicheren Datenanalysen der Mobilität haben

„Wir sorgen für eine sichere digitale Grundversorgung. In dieser besonderen Zeit haben wir umfassende Maßnahmen für die Erfüllung der Erwartungen unserer vielen Millionen Kunden, für die Sicherung unseres Netzbetriebs und zum Schutz unserer Mitarbeitenden umgesetzt.“

Markus Haas

wir bereits vielfältige Lösungen für Städte, Einzelhandel und Verkehrsunternehmen entwickelt.

Mit hohen Rechenleistungen die Virusstruktur entschlüsseln

Als Netzbetreiber verfügen wir über große Rechenkapazitäten, die wir auch in den Dienst der weltweiten Bekämpfung des Coronavirus gestellt haben. So haben wir dem gemeinnützigen Forschungsverbund folding@home die Nutzung eines virtuellen Rechenzentrums in Hamburg ermöglicht. 40 Hochleistungs-server mit rund 1.400 Rechenkernen arbeiteten rund um die Uhr im Auftrag der Corona-Bekämpfung. Den Forschern war es so besser möglich, die Proteinstruktur des Virus zu entschlüsseln und über Computersi-

„Die Corona-Pandemie hat uns zuletzt deutlich vor Augen geführt, wie essenziell wichtig die Digitalisierung für die gesamte Volkswirtschaft ist. Die Krise hat uns aber auch bewiesen, dass unsere Netze besser sind als ihr Ruf. Sie haben den Stresstest bestanden. Trotz aller Hemmnisse der Vergangenheit. (Aber klar: Unsere Infrastruktur könnte noch um ein Vielfaches besser sein. Dazu müssen wir nur jetzt die richtigen Weichen stellen. Für unsere digitale Zukunft!)“ **Valentina Daiber**

„Wir wollen das innovative Potenzial der Datenanalyse für alle Lebensbereiche und zum Nutzen der Gesellschaft erschließen. Mit Mobilitätsanalysen auf Basis von anonymisierten Mobilfunkdaten konnten wir dazu beitragen, mehr Wissen über die Verbreitung des Coronavirus zu sammeln, und haben so die Eindämmungsstrategien der Behörden wirksam unterstützt.“ **Alfons Lösing**

mulationen möglichst wirkungsvolle Therapie-Ansätze zu entwickeln. Auch die gesamte Telefónica Gruppe ist über viele Länder hinweg Partner des Projekts und hat sich bereits mit 107 Hochleistungsservern als wichtiger Unterstützer eingebracht.

Werbung für Corona-Warn-App

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat ihre über 44 Millionen Mobilfunkkunden über zahlreiche Kanäle auf die neue Corona-Warn-App der Bundesregierung aufmerksam gemacht. Wir wollten dazu beitragen, dass möglichst viele Menschen die neue App nutzen und dadurch mithelfen, Infektionsketten zu unterbrechen. Das durch die App verbrauchte Datenvolumen wird dabei nicht auf die Mobilfunktarife unserer Kunden angerechnet.

Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie

Teil 1/2

SICHERES NETZ FÜR ENGEN ZUSAMMENHALT

Die COVID-19-Krise hat die Gesellschaft tief getroffen. Unser O₂ Netz war wichtiger als je zuvor: die Kunden konnten sich über die aktuelle Nachrichten- und Gesundheitslage informieren und sich mit Familie, Freunden, Kollegen und Geschäftspartnern austauschen. In einer Zeit mit Abstandsgeboten haben wir mit einem reibungslosen und stabilen Netzbetrieb dazu beigetragen, dass Millionen Menschen große Teile ihres Lebens über Nacht von der analogen Welt in die digitale Welt verlagern konnten. Unsere Maßnahmen dafür:

- Bis Ende Mai 2020 wurde eine unlimitierte Weiternutzung aller Smartphone-Anwendungen, auch bei Aufbrauchen des monatlichen Highspeed-Datenvolumens, ermöglicht.
- angemessene Dimensionierung der Netzkapazitäten während der Pandemie, um wachsende Datennutzung im Mobilfunk und Festnetz aufzufangen
- lückenloses Netz-Monitoring durch unsere Experten
- konsequente Fortsetzung des Netzausbaus
- kontinuierliche Erreichbarkeit unseres Kundenservice

GEZIELTE HILFE BEIM DIGITALEN LERNEN

Die Corona-Pandemie zeigt die digitalen Defizite in Schulen und vergrößert das Risiko für eine wachsende digitale Kluft in der Gesellschaft. Mit einem Hilfsprojekt fördern wir digitale Lernmöglichkeiten für Kinder aus benachteiligten Familien und sozialen Brennpunkten:

- gemeinsame Aktion von O₂, Deutschem Kinderhilfswerk und Amazon
- Verteilung von 250 Notebooks inklusive mobilem WLAN-Router und SIM-Karten
- Digitale Nachhilfeangebote und Betreuung für bedürftige Kinder
- Fokus auf Schüler, die nicht an Präsenzunterricht teilnehmen können

O₂ Business ermöglicht mit einem auf den individuellen Bedarf der Schulen anpassbaren Digitalpaket den schnellen Zugang zur Zukunft des Lernens. Die Komplettlösung enthält drei Komponenten:

- Technische Grundausstattung mit Apple iPads und Mobilfunktarif mit unbegrenzter Datennutzung
- IT-Unterstützung mit der darin enthaltenen Administrations-Lizenz
- Information und Beratung durch O₂ Business-Experten mit Nutzung kostenfreier Hotline und Website-Unterstützung

DIGITALE VERSORGUNGSPAKET FÜR SENIOREN

Ältere Menschen tragen in der Pandemie das größte gesundheitliche Risiko und sind häufig isoliert. Gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen haben wir ein digitales Versorgungspaket für Senioren geschnürt. Es besteht aus fünf Bausteinen:

- 40 geschulte O₂ Helfer für alle Themen rund um Handys und Tablets
- Smartphones und Tablets für Seniorenheime in Kooperation mit Emporia und Huawei
- „Digital(es) einfach erklärt“: Erklärvideos zu Internet und Geräten
- Podcast „Digital mobil im Alter“ zu Gesundheit und sicherem Surfen in der Krise
- Weiterbildungsangebote für Seniorentainer vor Ort

„Diese Krise hätte uns vor vier oder fünf Jahren noch viel heftiger getroffen, weil wir damals noch nicht so digital aufgestellt waren. Der Digitalisierungsschub, den wir jetzt erleben, wird auch das Thema Nachhaltigkeit noch mehr beflügeln.“

Markus Rolle

„Die Ergebnisse belegen: Wir zählen mit O₂ zu den besten Anbietern Deutschlands. Insbesondere die Corona-Pandemie hat in den vergangenen Monaten gezeigt, wie wichtig ein starkes und zuverlässiges Festnetz für jeden Kunden ist. Auf unser Netz ist Verlass – das zeigt das Testergebnis eindrucksvoll.“¹

Mallik Rao

Nähere Informationen sind auf der [Corona-Infoseite](#) zu finden.

¹ Connect Mobilfunk-Netztest 2021: Sehr gut (852 Punkte); insgesamt wurden vergeben: dreimal Sehr gut (926, 876 und 852 Punkte). Hier geht es zum Gesamtranking.

Digitale Verantwortung während der Corona-Pandemie

Teil 2/2

MITARBEITENDE SCHÜTZEN UND BEGLEITEN

Wir sind in der Krise an der Seite unserer Mitarbeitenden – ihr Wohlergehen und ihre Sicherheit haben oberste Priorität. Unsere Programmschwerpunkte:

- Gesundheitsschutz durch schnelle Homeoffice-Lösungen und Hygienemaßnahmen
- Finanzielle Sicherheit durch Aufstockung der gesetzlichen Nettoentgelt Differenz zum Kurzarbeitergeld für Shop-Mitarbeitende, Azubis und duale Studenten
- Maximale Flexibilität für unsere Mütter und Väter bei Arbeitszeit- und Urlaubsregelungen
- Klare Kommunikation und bestmögliche Orientierung über alle Informationskanäle
- Umstellung des Gesundheitsmanagements auf digitale Angebote

Die Telefónica Deutschland Gruppe erhält den Corporate Health Award 2020 für ihr vorbildliches betriebliches Gesundheitsmanagement und den Sonderpreis für ihr flexibles und innovatives Pandemie-Management. Weitere Informationen zu COVID-19 und Auswirkungen auf die digitale Arbeitswelt von morgen im Kapitel 3.3.

SOLIDARITÄT UND VERANTWORTUNG IN DER GESELLSCHAFT

O₂ hat sich mit Partnern aus Wirtschaft, Medien und Kultur in der Initiative „Deutschland gegen Corona“ engagiert. Die gemeinsame Kampagne „Alle für alle“ appelliert an die Verantwortung jedes Einzelnen und will Zuversicht verbreiten. Demonstriert wird, wie soziales Verhalten in Zeiten von Corona funktionieren sollte:

- empfohlenen Abstand von zwei Metern einhalten
- Menschen in Quarantäne helfen
- nicht horten, sondern nur das kaufen, was man wirklich braucht
- keine Falschinformation teilen
- Tipps erhalten unter www.deutschland-gegen-corona.org und #allefüralle

HILFSORGANISATIONEN UNBÜROKRATISCH UNTERSTÜTZEN

Wir haben dem Bayerischen Roten Kreuz (BRK) Räumlichkeiten des O₂ Towers in München für mehrere Wochen als Koordinationszentrum zur Verfügung gestellt:

- unbürokratische und schnelle Hilfszusage
- 30 BRK-Mitarbeitende in drei Schichten im Einsatz
- Koordination der Maßnahmen für den Freistaat Bayern
- Homeoffice-Regelungen bei der Telefónica Deutschland Gruppe ermöglichte Raumnutzung
- Zugriff auf Internet und verfügbare Technik

Nähere Informationen sind auf der Corona-Infoseite zu finden.

„Die Pandemie war für uns Anlass zu einer nachhaltigen Veränderung der Arbeitsweisen, mit einer maximalen Flexibilisierung von Arbeitsort und Arbeitszeit für unsere Belegschaft. Trotz der Krisenlage waren wir im vergangenen Jahr wirtschaftlich erfolgreich und mehr als 90 Prozent unserer Mitarbeitenden haben uns zurückgemeldet, dass sie unseren Umgang mit der Krise herausragend fanden. Das ist für uns Ansporn, den Blick weiterhin nach vorn zu richten und als Vorreiter die neue Arbeitswelt zu gestalten.“ **Nicole Gerhardt**

„Haltet Abstand – und trotzdem zusammen.‘ Wir unterstützen die Initiative ‚Deutschland gegen Corona‘, weil ihre Botschaft in dieser Zeit die einzig richtige ist. Denn nur wenn wir räumliche Distanz im öffentlichen Raum wahren, retten wir Leben – jeder für sich, und wir alle gemeinsam. Mit der Partnerschaft ergänzen wir unsere eigenen Maßnahmen. O₂ Kunden bitten wir: ‚Bleibt zuhause.‘ Gleichzeitig sorgen wir dafür, dass sie ‚trotzdem zusammenbleiben‘ – zwar nicht mehr physisch, dafür aber digital, zum Beispiel per Chat oder Video-Telefonie.“ **Wolfgang Metzke**

Verantwortlich wirtschaften

1.0 Digitalisierung gestalten

2.0 Corporate Responsibility
managen

3.0 Verantwortlich
wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

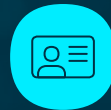
3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

4.0 Leben in der digitalen
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima
schützen

6.0 Herleitung und Evaluierung
der CR-Strategie

7.0 Daten und Fakten



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.

Zielerreichung:



Kundenzufriedenheit



3.0 Verantwortlich wirtschaften

- 3.1 Kundenzufriedenheit
- 3.2 Compliance
- 3.3 Telefónica als Arbeitgeber
- 3.4 Lieferantenmanagement
- 3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Commitment

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

Unsere Erfolge

Mit 5G haben wir für unsere Kunden eine neue Ära im Mobilfunk eingeleitet. Bei zentralen Parametern der Kundenzufriedenheit wie NPS und Abwanderungsrate haben wir uns klar verbessert. Für unsere Performance haben wir zahlreiche Auszeichnungen im Bereich Netz und Kundenservice bei Tests namhafter Fachmedien erhalten. Wir investieren mit Partnern in ein starkes Glasfasernetz. Mit Service aus einer Hand (One Care) und neuen digitalen Services wie z. B. in unserer App O₂ my Service unterstreichen wir unsere Kundenorientierung und unseren Fokus auf die Zufriedenheit unserer Kunden. Die Bereitstellung eines hervorragenden Service ist uns auch in der Pandemie-Zeit ein wichtiges Anliegen.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Unsere Kunden und ihr Wohlbefinden stehen für uns an erster Stelle. Ihnen bieten wir digitale und analoge Beratung rund um unsere Produkte und Dienstleistungen. Wir wollen allen Menschen den Zugang zu digitalen Diensten und Services ermöglichen und fördern neben dem Ausbau der Netzinfrastruktur unter strenger Einhaltung der Strahlenschutzbeschränkungen auch technische Innovationen.



UN Global Compact

Wir bekennen uns zu den UNGC-Prinzipien, die sich auf die Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsbekämpfung beziehen. Bei Kundenzufriedenheit lässt sich kein direktes Prinzip zuordnen, aber wir sind bestrebt, die UNGC-Prinzipien stets in unserem Handeln mitzuberücksichtigen.



- LEGENDE
- übererfüllt
 - voll erfüllt
 - größtenteils erfüllt

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansatz: Marketing
und Kennzeichnung (103-2; 103-3);
102-43

Zufriedene Kunden als Basis für den Erfolg

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Der Kunde steht im Mittelpunkt

Die fortschreitende Digitalisierung verändert alle Bereiche unseres Lebens. Politik und Wirtschaft sehen sich in der Verantwortung, diese Entwicklung im Sinne der Menschen zu gestalten. Ein Kernversprechen ist dabei, dass die Digitalisierung für mehr Wachstum, Wohlstand und gleichzeitig Nachhaltigkeit sorgen wird. Als Anbieter digitaler Telekommunikation stehen wir technologisch und mit unserer Leistung für die Kunden im Zentrum dieser Entwicklung. Wir bieten das Netz, auf dessen Basis Unternehmen und Nutzer digitale Geschäftsmodelle und Anwendungen verwirklichen.

Wir sind auf Märkten tätig, die sich durch ein hohes Maß an Wettbewerb und durch kontinuierliche technologische Entwicklungen auszeichnen. Unser Unternehmen steht in einem weiterhin dynamischen, jedoch rationalen Marktumfeld im deutschen Mobilfunkmarkt und verzeichnete auch im Jahr 2020 eine solide Kundenzufriedenheit. In einem Umfeld, welches durch starken technischen Wandel gekennzeichnet ist, stehen wir vor der Herausforderung, technischen und regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden, die Wünsche der Kunden so weit wie möglich zu antizipieren und ihnen in einer komplexer werdenden Produktwelt Orientierung und Begleitung zu bieten. Daher ist es unser Anspruch, allen Menschen zu ermöglichen, am digitalen Leben teilzuhaben und die Vorteile der Digitalisierung so zu nutzen, wie es zu ihren Wünschen und Bedürfnissen passt. Damit wollen wir auch die digitale Kluft verringern, die sich aufgrund sozialer und bildungsbezogener

Benachteiligungen zwischen verschiedenen Nutzergruppen bildet. Für uns hat dabei oberste Priorität, dass unsere Kunden jederzeit Transparenz hinsichtlich der Verwendung ihrer Daten haben und über deren Verwendung selbst entscheiden können.

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist für uns die Grundlage des Unternehmenserfolgs. Dafür sind etwa die Netzqualität, das Preis-Leistungs-Verhältnis für unsere innovativen Produkte und Tarife, eine starke Marke sowie die Vertriebs- und Servicequalität entscheidende Faktoren. Ein fairer und respektvoller Umgang mit unseren Kunden ist für uns dabei selbstverständlich.

Unser Anspruch ist es, die Welt mit den Augen unserer Kunden zu sehen und ihnen passend zu ihren Lebensgewohnheiten und individuellen Bedürfnissen attraktive und einfache Self-Service-Angebote zur Verfügung zu stellen. Durch deren weiteren Ausbau wollen wir das Kundenerlebnis im Online-Bereich noch weiter verbessern.

Im Rahmen der im Berichtsjahr durchgeführten Materialitätsanalyse haben wir die Kundenbeziehung mit dem Produkt- und Serviceerlebnis sowie die Netzqualität und -abdeckung als wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. Ausschlaggebend waren dafür zum einen die vielfältigen Auswirkungen unseres Handelns entlang der Wertschöpfungskette. Im Zentrum stehen dabei die Ermöglichung einer breiten und unkomplizierten Teilhabe am digitalen Leben für unsere Kunden sowie die Förderung eines nachhaltigen

Konsumverhaltens durch Information, Aufklärung und das entsprechende Produkt- und Serviceangebot vom Kauf eines Handys bis zum Recycling. Zum anderen zählt eine hohe Kundenzufriedenheit zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren im Kerngeschäft unseres Unternehmens, die wir mit unserem Leistungsangebot stetig stärken wollen.

PROZESSE UND STEUERUNG

Kundenzufriedenheit transparent messen

Die übergeordnete Verantwortung im Bereich Kundenzufriedenheit tragen der Chief Consumer Officer (CCO) sowie der Chief Partner and Wholesale Officer (CPWO) der Telefónica Deutschland Holding AG. Der CCO verantwortet in dieser Funktion das Privatkundengeschäft mit einem klaren Fokus auf dem Kundenerlebnis, der CPWO ist in seiner Position für das Geschäft mit Partnern verantwortlich, der Chief Executive Officer (CEO) verantwortet das B2B-Ressort selbst. Die zentrale Steuerung der Kundenzufriedenheit ist durch die Abteilung Consumer Experience im Direktorat Customer Marketing fest im Unternehmen verankert. Die Verantwortung für Befragungen und die Marktforschung liegt beim Director Digital & Data Competence Center (DDC) im Finanzbereich. Die Netzqualität und -abdeckung verantwortet der Chief Technology & Information Officer (CTIO).

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

Wir messen die Kundenzufriedenheit, soweit datenschutzrechtlich erlaubt, auf allen Ebenen – auf Markenebene, entlang aller direkten und indirekten Berührungspunkte mit unseren Kunden (Customer Journey) sowie auf Kontaktebene (d. h. direkt nach dem Kundenkontakt). Daraus wollen wir jeweils relevante Erkenntnisse und Maßnahmen ableiten, um die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern. Als Leistungskennzahlen verwenden wir den Net Promoter Score (NPS) als wichtige Steuerungsgröße im Bereich Kundenbeziehungen sowie die Churn Rate (Abwanderungsrate exklusive Machine-to-Machine [M2M]).

Der NPS belegt die Bereitschaft des Kunden zur Weiterempfehlung der Marke O₂. Dieser Wert reflektiert die ganzheitliche Zufriedenheit mit den Marken sowie ihren Produkten, Leistungen und Services. Die Skala reicht dabei von 1 (sehr geringe Kundenzufriedenheit) bis 10 (sehr hohe Kundenzufriedenheit). Der NPS wird durch eine extern durchgeführte telefonische Befragung der Privatkunden unseres Unternehmens sowie der Kunden unserer Wettbewerber ermittelt. Diese wird jährlich mehrfach nach genau definierten Kriterien vorgenommen. Alle Maßnahmen zur NPS-Verbesserung zielen auf die Optimierung der Customer Experience ab. Darüber hinaus ist es uns im Hinblick

auf eine gute Customer Experience wichtig, zu prüfen, inwieweit die Kundenwünsche von der wahrgenommenen Leistung abweichen, wie es um die Gesamtzufriedenheit der Kunden steht und ob die Kundenerwartung erfüllt wird, sowie den Abstand zu einem fiktiven idealen Anbieter zu messen. Der Customer Satisfaction Index (CSI) wird seit Anfang des Jahres nicht mehr ermittelt, sondern durch den NPS ersetzt, um eine deutlich bessere, qualitative Auskunft zu erhalten, wie die Marken O₂ und Blau im Wettbewerbsvergleich abschneiden. Wir verzeichnen in diesem Jahr eine positive Entwicklung des NPS und erwarten dies nachhaltig auch für die Zukunft sowohl im Privat- als auch im Geschäftskundenbereich. Bei der Churn Rate handelt es sich um die Abwanderungsrate von Postpaid-Kunden über einen bestimmten Zeitraum geteilt durch die Anzahl der Gesamtvertragskunden (Postpaid-Anschlüsse exklusive M2M). Dank unserer Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und nachhaltiger Qualitätsverbesserungen sowie aufgrund der Pandemie-Auswirkungen verzeichneten wir eine historisch niedrige Abwanderungsrate von 1,40%. Die implizierte annualisierte Abwanderungsrate verbesserte sich auf 16,8% gegenüber 18,1% im Jahr 2019.

KUNDENZUFRIEDENHEIT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Postpaid-Kunden-Abwanderungsrate Churn für Postpaid-Anschlüsse exklusive Machine-to-Machine (M2M)	%	1,61	1,65	1,51	1,40

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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

- Wir haben den NPS als Kennzahl für Kundenzufriedenheit um 100% gegenüber dem Vorjahr gesteigert und können eine historisch niedrige Abwanderungsrate von 1,4% verzeichnen.
- Der 5G-Launch wurde von uns erfolgreich gestartet und eine LTE-Netzabdeckung von 99,6% im Jahr 2020 erreicht.
- Gemeinsam mit Partnern haben wir Versorgungslücken im Netz geschlossen und sogenannte graue und weiße Flecken beseitigt. Beim Festnetz setzen wir über ein Joint Venture auf den schnellen Ausbau von Glasfaserleitungen.
- Wir haben kontinuierlich neue digitale Services und Kommunikationskanäle etabliert, wie z. B. Messaging, WhatsApp oder die KI-Anwendung Aura.
- Für unseren Kundenservice sind wir vielfach ausgezeichnet worden: mit dem „German Stevie Award“ in Gold, dem „Digital Champion“ bei *FOCUS-MONEY*, dem Testsieg für die „Mein O₂“-App sowie der Gesamtnote „sehr gut“ beim *connect* Shoptest. Im Mobilfunk-Netztest des Fachmagazins *connect* erreichte das O₂ Netz die Note „sehr gut“ – erstmals in der 25-jährigen Unternehmensgeschichte.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Kundenspezifisch ausgerichtete Strategien und Leitlinien

Wir haben für unseren Kundenservice entlang unserer Strategie klare Leitlinien entwickelt, die unseren Mitarbeitenden im Kundenkontakt und bei der Optimierung unserer Services Orientierung geben. Für die Bereiche OC (Omnichannel) und CSS (Customer Sales & Services) haben wir sieben strategische Grundsätze für die Ausprägung unseres Kunden- und Vertriebservices definiert. Im Fokus steht dabei immer der Kunde. Die Grundsätze werden präzisiert durch Gesprächsleitfäden für den Kundenkontakt, das Qualitätshandbuch, den IAS (Internal Audit Score), Qualitätssicherungsprogramme und diverse Schulungsmaßnahmen. Im Berichtsjahr haben wir zudem die Bedeutung der verschiedenen Kanäle, über die wir mit unseren Kunden kommunizieren, überprüft und daraus Ziele und Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit abgeleitet. Auch in Zukunft wollen wir sicherstellen, dass uns die Kunden über ihren priorisierten Kanal erreichen können.

Kundenwünsche und -feedback für Verbesserungen nutzen

Im Sinne einer hohen Kundenzufriedenheit bearbeitet die Telefónica Deutschland Gruppe eingehende Anfragen schnellstmöglich und entsprechend festgelegter Arbeitsanweisungen. Die Rückmeldungen unserer Kunden und Mitarbeitenden nutzen wir in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) zur Optimierung unserer Abläufe und damit auch des Kundenerlebnisses. Für telefonisch eingehende Gespräche verwenden wir nach Zustimmung unserer Kunden z. B. eine automatisierte Sprachanalyse, um die Anrufgründe und Kundenwünsche schneller zu evaluieren und systematisch zu erfassen. Auch aus dem Kundengespräch können unsere Mitarbeitenden Verbesserungsvorschläge und Kundenwünsche gezielt aufnehmen und im Rahmen des KVP weitergeben und umsetzen.



Über die Sprachanalyse sowie das regelmäßige Feedback der Mitarbeitenden in den operativen Einheiten werden auffällige Schwankungen bei Kontaktgründen oder geäußerte Kundenprobleme gemeldet, aus denen wir konkrete Verbesserungsmaßnahmen ableiten. Im Rahmen des KVP werden diese analysiert und möglichst zeitnah umgesetzt. Die ausgewählten Themen werden jeweils einem Verantwortlichen zugeordnet und die Fortschritte im Rahmen einer wöchentlichen Dokumentation nachgehalten.

Im Bereich Kundenzufriedenheit haben wir uns ambitionierte Ziele gesteckt: Wir wollen einen exzellenten Kundenservice mit hoher Kundenzufriedenheit bieten. Den Status der Zielerreichung bewerten wir über interne Kennzahlen aus direkter Kundenbefragung sowie aus externen Bewertungen wie den regelmäßigen Tests der Fachzeitschrift *connect*. Hier haben wir 2020 bei den verschiedenen Tests in puncto Mobilfunk- und

Festnetzqualität mit guten und sehr guten Ergebnissen abgeschnitten. Darüber hinaus verbessern und erweitern wir kontinuierlich unsere digitalen Angebote und wollen den Kunden rund um die Uhr und ortsunabhängig einen unkomplizierten Service ermöglichen. Unser Ziel ist es, dass bis Ende 2021 76 % aller Kontakte zu O₂ und Blau digital im Self-Service-Bereich erfolgen (2020 Dezemberwert: 73 %, 2019 Jahresdurchschnittswert: 68 %).

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Digitales Programm zur höheren Kundenzufriedenheit

Im Fokus unserer Maßnahmenplanung steht die Verbesserung des Kundenerlebnisses. Deshalb optimieren wir neben der Qualität unseres Kundenservices auch die Kontaktmöglichkeiten durch das Vorantreiben digitaler Lösungen anhand unseres digitalen Maßnahmenplans. Zugleich wollen wir unsere Kunden zur selbstbestimmten Nutzung digitaler Technologien durch unsere Produkte inspirieren und richten unsere Kommunikationsmaßnahmen darauf aus. Ein wichtiger Beitrag dazu war im Berichtsjahr der Relaunch des Serviceportals „Mein O₂“, das nun einen noch schnelleren und intuitiveren Zugriff auf Self-Service-Lösungen ermöglicht. Wichtige Bausteine dafür sind eine Neustrukturierung der Serviceseiten, eine optimierte Suchfunktion über Freitexteingaben, ein proaktiver Service zur Rufnummernübernahme, erweiterte mobile Funktionalitäten über die O₂ my Service App und neue Künstliche-Intelligenz-(KI)-Funktionen über unsere Applikation Aura. Die digitale Assistenzfunktion Aura haben wir bereits mit einigen Anwendungen erfolgreich etabliert und werden diese kontinuierlich ausbauen. Auch WhatsApp wurde von unseren Kunden als digitaler Kommunikationskanal gut angenommen und bietet ihnen die Möglichkeit, ihr Anliegen jederzeit zu platzieren.

Die O₂ Community ist ein weiterer wichtiger digitaler Anlaufpunkt für O₂ Kunden. In diesem Dialog-Kanal finden sie für ihre konkreten Anliegen nicht nur Hilfestellung durch O₂ Experten, sondern auch die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen. Für O₂ bietet die Interaktion mit den Nutzern eine große Chance, Kundenbedürfnisse besser zu verstehen. Mittlerweile sind 650.000 Mitglieder registriert und jeden Monat ca. 340.000 Besucher auf der Plattform unterwegs. Damit möglichst viele Menschen die O₂ Community nutzen können, ist diese im Portal www.o2online.de und in der „Mein O₂“-App integriert. Wir sehen anhand der geführten Konversationen, wie sehr unseren

Nutzern während der Corona-bedingten Einschränkungen der Kontakt mit anderen über die O₂ Community geholfen hat. Im Frühjahrs-Lockdown, als die O₂ Shops geschlossen waren, haben sich pro Woche bis zu 60 % mehr neue Mitglieder registriert als vor dem Ausbruch der Pandemie.

Während dieser Phase der Pandemie haben wir die Schließung der Shops strukturiert abgewickelt. Kampagnen wie auch unsere gesamte Arbeitsweise im Kundenkontakt haben wir noch stärker auf Online-Formate umgestellt und dabei hohe Nutzungsraten erreicht. Gemeinsam mit dem Unternehmensbetriebsrat haben wir überdies schnelle und effiziente Regelungen zur Erlangung des Kurzarbeitergeldes für die Mitarbeitenden umgesetzt. Im Zuge der Lockerungsmaßnahmen ist uns die reibungslose Wiedereröffnung der Shops unter Einhaltung der umfassenden Sicherheitsbestimmungen gelungen.

Innovative Lösungen für Privat- und Geschäftskunden

Nachhaltiges Wachstum und eine ausgezeichnete Kundenzufriedenheit haben für die Telefónica Deutschland Gruppe oberste Priorität. Dafür bieten wir u. a. innovative Tarife an, die das Leben der Kunden einfacher, schneller und besser machen sollen. Zum Start ins neue Jahrzehnt hat O₂ Mobilfunk als erster Netzbetreiber im deutschen Markt drei Unlimited-Tarife ins Zentrum seines Angebots gestellt, die sich durch ihre jeweilige maximale Surf-Geschwindigkeit unterscheiden. Gleichzeitig hat O₂ seine Tarife mit inkludiertem Highspeed-Datenvolumen aufgewertet und liefert doppelt so viele Gigabytes zum selben Preis. Bei allen höherwertigen Tarifen können Kunden ohne Aufpreis im 5G-Netz surfen. 5G ist bereits an ausgewählten Standorten verfügbar, schrittweise erfolgt der weitere Netzausbau. Mit dem O₂ You Konfigurator

GRI Managementansatz: Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); 102-43

Ich helfe bei Problemen

Deine Daten sind sicher

Hallo, ich heiße Aura.

Ich mache Schwieriges leicht

Ich denke mit

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

können unsere Kunden zudem die Vertragskonditionen selbst gestalten und über Anzahlung, Laufzeit, Datenvolumen oder Smartphone-Nutzung entscheiden. Über O₂ TV ermöglichen wir unseren Kunden auch, jederzeit und von unterwegs Live-TV zum guten Preis-Leistungs-Verhältnis zu empfangen. O₂ bietet zudem Informationen zu Produkten und Dienstleistungen an, die Kunden helfen, die angebotenen Smartphones unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu betrachten – von der Kaufentscheidung bis zum Recycling. Aus unserem Portfolio steht dafür beispielhaft das Fairphone, das nicht nur besonders langlebig ist, sondern auch umweltschonend und unter hohen Sozialstandards hergestellt wird. Zudem können die Kunden in Bezug auf die Geräte über den Eco Index Details zum verantwortungsbewussten Ressourceneinsatz erfahren.

Auch für Selbstständige und kleinere Unternehmen hat O₂ das Datenvolumen in seinen Produkten angehoben, die Preise jedoch nicht. Wir bieten Selbstständigen und kleinen Unternehmen ein Gesamtprodukt aus datenstarken Tarifen, Top-Hardware, Konnektivität von bis zu zehn Verträgen und bis zu zehn Geräten pro Vertrag sowie einen umfassenden Service. Zudem geben wir unseren Kunden bereits jetzt die Sicherheit, 5G ohne Zusatzkosten nutzen zu können.

Im B2B-Bereich bieten wir unseren Geschäftskunden vielfältige tarifliche Lösungen, die sicher, fair und zuverlässig sind. Damit wollen wir unser Wachstum steigern, Innovationen vorantreiben und eine hohe Kundenzufriedenheit erreichen. Um den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, haben wir zudem einen persönlichen Ansprechpartner für Geschäftskunden im Customer Service eingeführt. Mit dem O₂ Business Unlimited Tarifportfolio haben wir 2020 ein umfassendes Portfolio auf den Markt gebracht, das die Nutzung von unbegrenztem Datenvolumen in allen Tarifen für flexibles Arbeiten von unterwegs ermöglicht. Je nach Anwendungsfall können sich die Kunden hier für unterschiedliche Bandbreiten (Geschwindigkeiten) entscheiden und so den passenden Tarif für ihre



Mitarbeitenden auswählen. Wie alle anderen Tarife beinhaltet auch dieses neue Mobilfunktarifportfolio mit Sprach- und Datenvolumen die Nutzung von 5G.

Für Geschäftskunden, die weniger Datennutzung haben, bietet das ebenfalls neue O₂ Blue Tarifportfolio eine Alternative mit fest inkludiertem, begrenztem Datenvolumen. Alle neuen Tarife verfügen über ein neues Roaming-Konzept, mit dem wir die Bedarfe unserer Geschäftskunden für alle Weltzonen bestmöglich abbilden. Mit den Produkten All-IP und VPN Connect bieten wir unseren Geschäftskunden zudem im Festnetzbereich eine umfassende Produktpalette für ihre Konnektivität, Datensicherheit und Standortvernetzung. Über den neuen Eintauschservice (Trade In) ist es dem Kunden zudem möglich, seine Daten auf dem Smartphone datenschutzgerecht zu löschen und bei Bedarf auch das Smartphone umweltkonform entsorgen zu lassen. Die Telefónica Deutschland Gruppe bietet mit RCS (Rich Communication Services) künftig den Unternehmen eine innovative technologische Lösung, um Nachrichten mit medialen Inhalten, Markeninformationen und interaktiven Angeboten

aufzuwerten. Hierbei arbeiten wir eng mit anderen Mobilfunkanbietern in Deutschland zusammen, um ein möglichst einheitliches Kundenerlebnis für alle Mobilfunknutzer zu erreichen.

Neue Lösungen und Angebote schaffen wir für unsere Kunden insbesondere rund um das Thema Finanzdienstleistungen. So kooperieren O₂ und comdirect bei O₂ Money und O₂ Banking und bieten unseren Kunden somit einen smarten Finanzassistenten sowie ein Girokonto mit vielen kostenlosen Leistungen. Mittlerweile akzeptieren alle großen Anbieter von digitalen Diensten das Bezahlen per Handyrechnung. Auch bei dieser Option steht für uns die Sicherheit an erster Stelle. Mit der Teilnahme an Programmen wie der Clean-Market-Initiative, einer gemeinsamen Qualitätsoffensive aller Mobilfunkanbieter, verpflichtet sich die Telefónica Deutschland Gruppe, jederzeit die höchsten Standards im Verbraucherschutz zu erfüllen.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

Netzinfrastruktur deutlich gestärkt

Für ein immer besseres Netzerlebnis unserer Kunden investiert unser Unternehmen in den kommenden Jahren rund 30 % mehr als im Jahr 2019 – bis 2022 insgesamt bis zu 4 Mrd. EUR. Ein großer Teil davon fließt in den Ausbau unserer Netze. So haben wir im vergangenen Jahr einen schnellen und umfangreichen Netzausbau umgesetzt. Mit mehr als 11.300 neuen 4G-Elementen hat O₂ sein 4G-Netz deutlich erweitert. Mehr als 7.300 davon senden flächenwirksam an Stationen, an denen es bisher kein 4G gab. Darüber hinaus wurden bundesweit rund 4.000 zusätzliche 4G-Sender für mehr Kapazitäten und höhere Surfgeschwindigkeiten installiert. Ein kontinuierlich wachsendes 4G-Netz ist wichtig, da über 90 % aller mobilen Daten über diese Netzinfrastruktur laufen und 4G auch in den kommenden Jahren das Rückgrat unseres Mobilfunknetzes bleiben wird. Bei unserem Ausbauprogramm haben wir nicht nur die Groß- und Kleinstädte im Blick, sondern vor allem bisher unterversorgte Regionen in Deutschland. So investieren wir u. a. in neue 4G-Stationen in Niederbayern, in der Uckermark, im Odenwald, im Westerwaldkreis, in der Südwestpfalz, im Harz und in der Lausitz.

Ein erheblicher Anteil der neuen 4G-Stationen von O₂ wurde auch entlang der Verkehrswege errichtet. Trotz Corona-bedingter Einschränkungen hat das Unternehmen damit im Jahr 2020 die 4G-Versorgung der ICE-Strecken und Autobahnen massiv ausgebaut und die Versorgungsaufgabe erfüllt, soweit dies tatsächlich und rechtlich möglich war. Bei der Haushaltsabdeckung hat O₂ im Jahr 2020 einen Sprung von 14 Prozentpunkten geschafft. Damit erfüllt O₂ die bundesweite Auflage der Bundesnetzagentur von 98 % Haushaltsabdeckung. In ganz Deutschland versorgt das Unternehmen nun mit über 20.000 Mobilfunkstandorten rund sieben Millionen Menschen mehr als noch Ende 2019 zusätzlich mit 4G.

Die Bundesnetzagentur hat im Oktober 2020 erstmals eine umfassende **Online-Karte** veröffentlicht, welche die Mobilfunkabdeckung in allen Dörfern, Städten und unbewohnten Gegenden Deutschlands zeigt. Hier ist auf Basis der Daten der Netzbetreiber die jeweilige Erreichbarkeit bis in die einzelnen Straßen erkennbar und dies gestaffelt nach den verschiedenen Mobilfunkstandards 2G, 3G und 4G, künftig auch 5G. Die Karte wird quartalsweise aktualisiert. Sie zeigt, dass gegenwärtig 96,5 % der Fläche in Deutschland von mindestens einem Netzbetreiber mit 4G versorgt wird.

Mit 5G neue Potenziale erschließen

Als einer der führenden Telekommunikationsanbieter verbinden wir über unser O₂ Netz viele Millionen Menschen mit Mobilfunk. Uns kommt deshalb eine besondere gesellschaftliche Verantwortung für die mobile Vernetzung zu, der wir vor allem bei der Einführung des 5G-Standards gerecht werden wollen. Unsere Kunden profitieren durch 5G künftig von deutlich höheren Datenraten und geringeren

Verzögerungszeiten bei der Datennutzung. Gleichzeitig können wir noch mehr Geräte energieeffizient miteinander vernetzen, was zusätzlichen Schwung in unser Internet-of-Things-(IoT)-Geschäft bringen soll und eine nachhaltige Digitalisierung vorantreiben wird. Die volle Innovationskraft entfaltet unser neues 5G-Kernnetz vor allem in Kombination mit modernen Cloud-Computing- und Virtualisierungslösungen. Bei der Einführung der 5G-Technologie setzen wir an unseren bundesweit über 26.000 Mobilfunkstandorten – dem sogenannten Zugangsnetz – weiterhin auf unsere bewährten Partner. Für unser neues 5G-Kernnetz, den zentralen und sicherheitsrelevantesten Teil unseres O₂ Netzes, werden wir die Technologie des europäischen Ausrüsters Ericsson nutzen.

O₂ hat sein 5G-Netz im Oktober 2020 in den fünf größten Metropolen des Landes gestartet: München, Berlin, Hamburg, Köln und Frankfurt. Darüber hinaus wurde das Netz in zehn weiteren Städten aktiviert – darunter beispielsweise Düsseldorf, Stuttgart, Essen und Potsdam. Bis Ende 2021 wird das Unternehmen in Städten zahlreiche weitere 5G-Standorte auf den hochleistungsstarken 3,6-GHz-Frequenzen errichten.



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Zur Erschließung der ländlichen Gebiete wird das Unternehmen zusätzlich zeitnah auf die Technologie Dynamic Spectrum Sharing (DSS) setzen. Die Telefónica Deutschland Gruppe will so bis Ende 2021 insgesamt mehr als 30 % und bis Ende 2022 bereits etwa die Hälfte der deutschen Bevölkerung mit 5G versorgen. Spätestens 2025 soll ganz Deutschland mit dem energieeffizienten 5G versorgt sein.

5G hat mit unserer Unterstützung bereits Einzug in zahlreiche Bereiche des öffentlichen Lebens gehalten, beispielsweise in die Sport- und Unterhaltungsszene. So nutzte der PayTV-Sportsender Sky am Jahresende in Flensburg erstmals das 5G-Netz von O₂ für die Live-Übertragung eines Handball-Spitzenspiels. Als Ergänzung zu den herkömmlichen Kameras sendeten mehrere 5G-Smartphones über das O₂ Netz HD-Bewegtbilder direkt aus der Flens-Arena. Die Systemtechnik für die 5G-Indoor-Versorgung von der Basisstation bis zu den Antennen am Hallendach lieferte der Hersteller Nokia im Auftrag der Telefónica Deutschland Gruppe.

Netzstörungen frühzeitig erkennen und beseitigen

Unsere Privat- und Geschäftskunden vertrauen auf die Zuverlässigkeit unserer Leistungen. Sie erwarten, dass Störfälle in den Netzen zügig behoben werden. Durch umfassendes Monitoring unserer Netzwerkelemente und kontinuierliche Investitionen in unsere Netzwerkstruktur wollen wir sicherstellen, dass diese negativen Auswirkungen auf unsere Kunden so gering wie möglich gehalten werden. Für die effiziente Überwachung und Entstörung des Mobilfunk- und Festnetzes ist eine spezialisierte Netzwerkeinheit verantwortlich. Sie sorgt dafür, dass die Auswirkungen von Arbeiten im Netz für die Kunden minimiert, Kundenbeschwerden analysiert und Ausfälle schnellstmöglich behoben werden. Die einzelnen Fachabteilungen optimieren nachfolgend die internen Prozesse unter Beachtung der technischen Rahmenbedingungen.

Bei unseren Netzwerkelementen wollen wir den Grad der Automatisierung in der Überwachung und Entstörung kontinuierlich weiter erhöhen. Für die Analyse und Qualitätsmessung des Netzes verwenden wir seit

2017 ein Messtool, das flächendeckend Werte liefert. So können wir Serviceeinschränkungen oder den Mehrbedarf an Kapazitäten an einem Mobilfunkstandort früher erkennen und entsprechend reagieren.

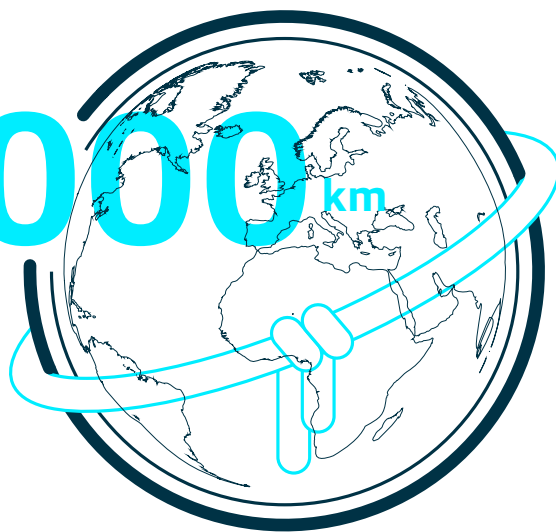
Partnerschaften für ein leistungsstarkes Festnetz

Durch zukunftsfähige Breitband-Kooperationsmodelle wollen wir unseren Kunden perspektivisch die beste Festnetzabdeckung in Deutschland bereitstellen. Dabei bieten wir unseren Kunden durch erfolgreiche Partnerschaften die für sie optimale Technologie aus dem gesamten Infrastrukturmix aus Kabel, Glasfaser, 4G/5G und DSL an. Wir arbeiten mit mehreren Telekommunikationsdienstleistern wie auch mit anderen Netzbetreibern zusammen und setzen hierbei insbesondere auch auf regionale Partnerschaften. Im Berichtsjahr haben wir die bestehende Kooperation mit der Deutschen Telekom im Festnetz verlängert und ausgeweitet. Diese ermöglicht es O₂ künftig auch, Glasfaser-Hausanschlussleistungen der Telekom an ihre Kunden zu vermarkten. Zudem wird O₂ weiterhin VDSL- und Vectoring-Vorleistungsprodukte der Telekom nutzen. Über die leistungsstarke Kabelinfrastruktur von Vodafone und künftig Tele Columbus erreichen wir weitere Haushalte mit Breitbandkabel und vervollständigen das durch unseren 4G/5G-basierten O₂ HomeSpot als vollständiges Festnetzersatzprodukt. Zudem können wir künftig Glasfaseranschlüsse über die neue Gesellschaft „Unsere Grüne Glasfaser“ (UGG) anbieten. Hierbei handelt es sich um ein Joint Venture, welches die Telefónica, S.A. Group zusammen mit der Allianz gegründet hat. Als erster Großkunde werden wir unsere O₂ Breitbandprodukte über diese Infrastruktur vermarkten können. In den kommenden sechs Jahren will die Glasfasergesellschaft 2,2 Millionen Haushalte in vorwiegend ländlichen und bisher unterversorgten Gebieten mit Glasfaser versorgen und dafür bis zu 5 Mrd. EUR in den Ausbau investieren. Die Gesellschaft wird dafür ein Glasfasernetz mit einer Länge von über 50.000 Kilometern errichten.

Ziel:

50.000 km

Glasfaser zu
verlegen in den
kommenden
sechs Jahren.



Compliance



3.0 Verantwortlich wirtschaften

- 3.1 Kundenzufriedenheit
- 3.2 Compliance
- 3.3 Telefónica als Arbeitgeber
- 3.4 Lieferantenmanagement
- 3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

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.

Unsere Erfolge

Wir prüfen kontinuierlich mögliche Compliance-Risiken und haben für die Risikofelder „Korruption“ und „Interessenkonflikte“ ein Compliance Risk Assessment durchgeführt. Für das Management des Whistleblowing-Kanals haben wir eine Richtlinie erarbeitet, die den Prozess zur Meldung möglicher Regelverstöße weiter konkretisiert. Mit unserer Unterzeichnung der Zehn Prinzipien des UN Global Compact verstärken wir unser Engagement gegen Korruption und Menschenrechtsverletzungen.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Wir streben innerhalb aller internen und externen Prozesse die Einhaltung von Gesetzen, gesellschaftlichen Regulationen und Werten ein. Darüber hinaus setzen wir uns für einen neuen Digitalen Pakt ein, damit alle Menschen von der Digitalisierung profitieren.



UN Global Compact



- LEGENDE
- ☑+ übererfüllt
 - ☑ voll erfüllt
 - ▬ größtenteils erfüllt

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Kompass für verantwortungsvolles Handeln

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Compliance als Fundament unseres Handelns

Integrität und Rechtskonformität sind die Grundlage für gesellschaftliches und wirtschaftliches Leben. Verstöße gegen Regeln und Gesetze haben negative ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen und können die Wahrung der Menschenrechte sowie der Chancengleichheit beeinträchtigen. Gesetzestreue ist nicht nur eine unverzichtbare Grundvoraussetzung unseres Handelns, sie ermöglicht zugleich die Reduzierung von Risiken und die Erhaltung unserer Geschäftsgrundlagen, die wir bei Nichteinhaltung von Vorschriften und Regeln ernsthaft gefährden. Diese Faktoren tragen dazu bei, Antikorruption und Interessenkonflikte als wesentliche nichtfinanzielle Themen für unser Unternehmen zu identifizieren.

Unser Ziel ist es, die Vertrauenswürdigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe zu bewahren und zu stärken. Dafür spielen die Integrität des Unternehmens und das Verantwortungsbewusstsein aller Mitarbeitenden eine entscheidende Rolle. Sie bilden die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Geschäftspartnern und gewährleisten damit eine hohe Reputation unseres Unternehmens.

Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, internationaler Standards und interner Richtlinien ist für uns selbstverständlich. Die [Geschäftsgrundsätze](#) der Telefónica Deutschland Gruppe dienen uns als weiterer Orientierungsrahmen. Diesen wiederum liegen u. a. die UN-Menschenrechtscharta, die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO) und die Prinzipien des

UN Global Compact zugrunde, zu denen wir uns gezielt bekennen. Unsere Geschäftsgrundsätze sind an Mitarbeitende, Geschäftspartner, Gesellschafter und die Gesellschaft als Ganzes gerichtet. Als verbindlicher Verhaltenskodex setzen sie Maßstäbe für die Teilnahme am Geschäftsleben.

Das Handeln nach den Prinzipien einer effizienten, nachhaltigen und transparenten Unternehmensführung ist für die Telefónica Deutschland Gruppe ein umfassender Anspruch. Entsprechend orientieren wir uns an den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Die [Entsprechenserklärung](#) zu den Vorgaben des DCGK sowie die [Erklärung zur Unternehmensführung](#) sind in unserem [Geschäftsbericht](#) veröffentlicht.

Für uns geht es um mehr, als Vorgaben zu erfüllen. Wir wollen uns auch stetig weiterentwickeln und integriertes Handeln im digitalen Zeitalter gewährleisten. Der digitale Wandel mit seiner Vielzahl an rechtlichen Herausforderungen, aber auch die für 2021 erwartete Rechtsentwicklung hin zu einem Unternehmensstrafrecht eröffnen hier Gestaltungsspielräume und Möglichkeiten. Das neue Verbandssanktionengesetz (Unternehmensstrafrecht) regelt die Sanktionierung von Verbänden, d. h. von juristischen Personen des privaten und des öffentlichen Rechts, nicht rechtsfähigen Vereinen und rechtsfähigen Personengesellschaften. Der derzeitige Gesetzesentwurf sieht

GRI Managementansätze:
sozioökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3); Korruptionsbekämpfung (103-2; 103-3); Wettbewerbswidriges Verhalten (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Politische Einflussnahme (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); GRI 102-12; 102-16; 102-17; 102-20; 102-21; 102-25; 205-1



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
sozioökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3); Korruptionsbekämpfung (103-2; 103-3); Wettbewerbswidriges Verhalten (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Politische Einflussnahme (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); GRI 102-12; 102-16; 102-17; 102-21; 102-25; 205-1; 205-3

u. a. auch Regelungen für die Berücksichtigung von Compliance-Bemühungen eines Unternehmens vor und schafft damit deutliche Anreize, in ein gutes Compliance-Management-System (CMS) zu investieren. Die Bedeutung und Wichtigkeit eines wirksamen CMS steigt damit zukünftig erheblich. Eine effiziente Verankerung des CMS im Unternehmen und gezielte Compliance-Maßnahmen tragen dazu bei, Risiken im Bereich Wirtschaftskriminalität proaktiv zu erkennen und wirksam zu bekämpfen.



PROZESSE UND STEUERUNG

Null Toleranz gegenüber Korruption

Das Compliance-Management hat eine hohe Bedeutung für die Telefónica Deutschland Gruppe. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Thema Antikorruption, denn Korruptionsvorfälle können nicht nur zu hohen finanziellen Schäden, sondern auch zu erheblichen Reputationsschäden führen. Die Telefónica Deutschland Gruppe verurteilt jede Form von Korruption und bekräftigt dies mit dem Zero-Tolerance-Commitment. Wir verpflichten unsere oberste Führungsebene sowie unseren Vorstand jährlich auf dieses Commitment sowie auf die Einhaltung unserer [Antikorruptionsrichtlinie](#). Mit der Digitalisierung befinden sich auch die Geschäftsprozesse von Unternehmen im Wandel. Daher müssen Compliance-Management-Systeme (CMS) an die neuen Gegebenheiten angepasst werden, um Risiken proaktiv zu erkennen und effektiv steuern zu können. Es ist unser Ziel, unlauteres Handeln wie Korruption, Wirtschaftskriminalität und Betrug durch

präventive Maßnahmen bestmöglich zu verhindern und – wenn das im Einzelfall nicht gelingen sollte – konsequent aufzudecken. Die Zertifizierung unseres CMS bis Ende 2020 konnten wir nicht vollständig realisieren. Bis Ende 2021 streben wir aber den Abschluss einer externen Zertifizierung unseres CMS an.

Integriertes Compliance-Management-System

Es ist uns wichtig, das Vertrauen unserer Kunden zu wahren und stetig zu stärken. Finanzielle Nachteile oder Reputationsschäden für unser Unternehmen durch Compliance-Verstöße wollen wir unbedingt vermeiden. Wir haben deshalb ein integriertes CMS etabliert, das die Einhaltung unserer Vorgaben sicherstellt. Zu den Schwerpunkten unseres CMS zählt neben der Bekämpfung von Korruption ebenso

die Vermeidung von unlauterem Wettbewerb und Interessenkonflikten. Die Gesamtverantwortung dafür liegt beim Director Integrity Services, der an den Chief Officer Legal & Corporate Affairs berichtet. Vorstand und Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Gruppe werden regelmäßig über die Compliance-Aktivitäten und die Weiterentwicklung des CMS informiert.

Für die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sowie sämtliche Tochterunternehmen wurde im Jahr 2020 ein Risiko-Assessment für die Bereiche Korruption und Interessenkonflikte durchgeführt. Sämtliche uns bekannt gewordenen Verdachtsfälle von unlauterem Handeln, beispielsweise mögliche Fälle von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit, werden sorgfältig untersucht. Nachgewiesene Vorwürfe werden konsequent verfolgt und entsprechend sanktioniert. Das integrierte CMS hilft unternehmensweit, Korruptionsfälle zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen so

ANTIKORRUPTION	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Gesamtzahl an Korruptionsfällen ¹	Anzahl	0	0	0	0

¹ Bestätigte Verdachtsfälle, die zu arbeitsrechtlichen bzw. sanktionellen Maßnahmen führten.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
sozioökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3); Korruptionsbekämpfung (103-2; 103-3); Wettbewerbswidriges Verhalten (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Politische Einflussnahme (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); GRI 102-12; 102-16; 102-17; 102-21; 102-25; 205-1; 205-2

weit wie möglich zu verhindern. Wir definieren dabei Korruptionsfälle als jede Form des Missbrauchs der beruflichen Stellung zur Verschaffung unzulässiger materieller oder immaterieller Vorteile. Im Berichtsjahr 2020 lagen uns keine Meldungen zu Verdachtsfällen bezüglich korrupter Handlungen vor. Somit gab es auch keine arbeitsrechtlichen Sanktionen gegenüber Mitarbeitenden.

Zu den wichtigsten Compliance-Themen im täglichen Handeln haben wir ergänzend klare Richtlinien und Vorgaben definiert. Neben den [Geschäftsgrundsätzen](#) zählen dazu die Richtlinien zu Korruptionsprävention und Kartellrecht, Richtlinien zum Umgang mit Interessenkonflikten, Einladungen, Geschenken, und Incentives sowie die [Menschenrechtslinie](#) der Telefónica Deutschland Gruppe. Daneben gelten Regelungen für die Beschaffung von Dienstleistungen, so etwa die Verfahrensweisung zum Umgang mit Dienstleistern. Im Berichtsjahr 2020 haben wir zudem eine neue Policy zu unserem Whistleblower-Kanal erstellt, die den rechtssicheren und verantwortungsvollen Umgang mit Hinweisen, Beschwerden und anonymen Meldungen von potenziell betroffenen Anspruchsgruppen klar definiert und weiterhin sicherstellt. Dieser Kanal steht sowohl unseren Mitarbeitenden als auch allen externen Personen zur Nutzung offen und ist über Telefon, E-Mail oder Fax sowie postalisch erreichbar. Entsprechende Informationen zu den Kontaktmöglichkeiten sind im Intranet des Unternehmens wie auch auf dessen Website zu finden. Der Datenschutz wird über die Einbindung eines Rechtsanwalts als Ombudsmann gewährleistet. Dieser unterliegt der anwaltlichen Schweigepflicht und wahrt auf Wunsch eines Hinweisgebers dessen Anonymität.

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN Stakeholder in Prävention einbeziehen

Um die Compliance-Maßnahmen umsetzen zu können, ist eine enge Einbindung unserer Mitarbeitenden unerlässlich. Dies erreichen wir durch zielgerichtete Kommunikation sowie Umfragen und Trainings. Auch für unsere Geschäftspartner bzw. Lieferanten ([siehe Kapitel 3.4 und 3.5](#)) gelten verbindliche Vorgaben, wie etwa die [Supply Chain Sustainability Policy](#) oder die [Antikorruptionserklärung](#), denen im Auftragsprozess zugestimmt werden muss.

Um unsere Mitarbeitenden für diese wichtigen Themen nachhaltig zu sensibilisieren, führen wir u. a. Compliance-Trainings auf Online-Basis und in einem festgelegten Turnus zwischen einem und drei Jahren durch. Verpflichtend ist die Teilnahme an Schulungen unter anderem zu den Geschäftsgrundsätzen, zum Datenschutz, zur Informationssicherheit sowie zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Unsere Führungskräfte der obersten Leitungsebene werden zudem explizit auf die Einhaltung der Geschäftsgrundsätze und der [Antikorruptionsrichtlinie](#) verpflichtet und dazu geschult.

Die Schulungsteilnahme wird über das Human-Resources-System „Success Factors“ überwacht. Alle Mitarbeitenden erhalten automatische Erinnerungsmails, sobald ein verpflichtendes Training fällig wird. Nach Trainingsabschluss wird im System ein elektronisches Zertifikat für die erfolgreiche Teilnahme hinterlegt. Der aktuelle Stand der Trainingsquoten wird einmal pro Quartal an das Audit Committee als Teilgremium des Aufsichtsrats berichtet. Der Vorstand erhält ebenfalls quartalsweise einen Report über den Status der Durchführung der verpflichtenden Compliance-Trainings, aufgeschlüsselt für jedes Vorstandsressort. Unser Schulungskonzept überprüfen wir kontinuierlich und passen es an jeweils aktuelle Entwicklungen und den tatsächlichen Bedarf an.

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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.

- Über 95 % unserer Mitarbeitenden haben die neu konzipierten und überarbeiteten Geschäftsgrundsätze-Trainings absolviert.
- Als Basis für eine erfolgreiche Zertifizierung haben wir anlassbezogene und prozessbegleitende Prüfungen und Beratungen hinsichtlich möglicher Compliance-Risiken vorgenommen.
- Unter unseren Mitarbeitenden haben wir die Compliance-Umfrage „Integrity Compass“ durchgeführt.
- Für ein effizientes Management des Whistleblowing-Meldekanals wurde eine Richtlinie erarbeitet und im Compliance-Management-System implementiert.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

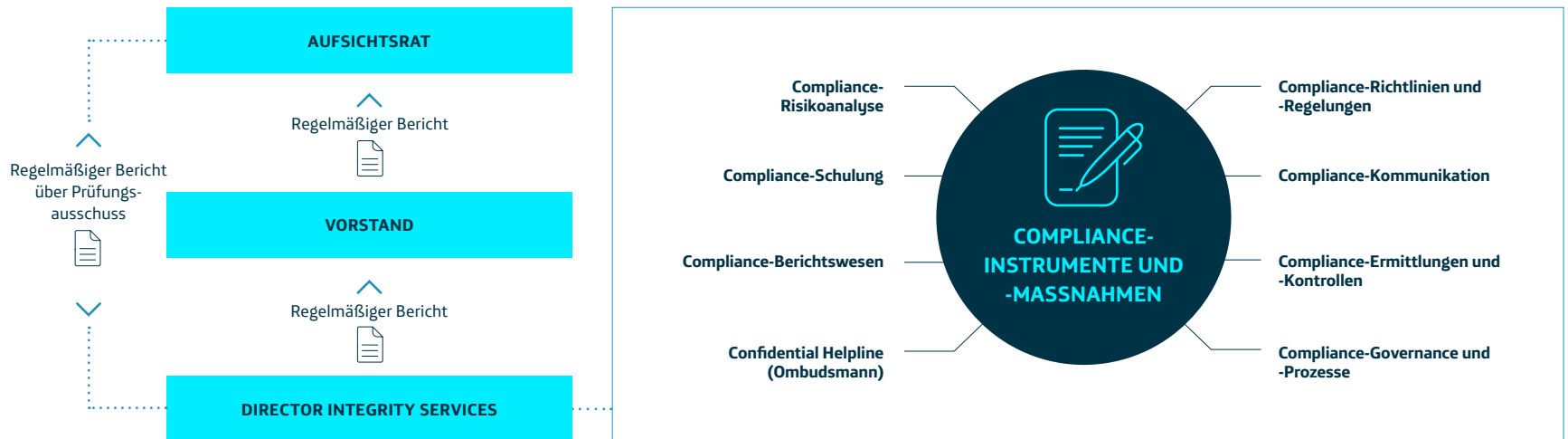
3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

Darüber hinaus findet eine regelmäßige Kommunikation zu korruptionsrelevanten Themen statt, z. B. über Mailings oder das Intranet. Bei Bedarf berät die Compliance-Abteilung Mitarbeitende oder Gremien, wie etwa den Betriebsrat, zu allen Fragen ethischen und integren Verhaltens. Wir nehmen anlassbezogene und prozessbegleitende Prüfungen und Beratungen hinsichtlich möglicher Compliance-Risiken vor. Die Abteilung Internal Audit sowie externe Prüfer kontrollieren regelmäßig das CMS sowie unsere Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption. Auch unsere Mitarbeitenden werden zur Qualität und Effektivität des CMS befragt.

Aus den Ergebnissen des Risiko-Assessments für die Teilbereiche Korruption und Interessenkonflikte haben wir im Berichtsjahr Maßnahmen zur weiteren Verbesserung in diesen Themenfeldern abgeleitet. So wollen wir im Jahr 2021 beispielsweise ein E-Learning speziell zum Thema Antikorruption und Interessenkonflikte für bestimmte Risikobereiche anbieten. Weiterhin werden wir FAQs für alle Mitarbeitenden zum Thema „Umgang mit Amtsträgern“ erstellen sowie die Definition von „Amtsträger“ in der Antikorruptionsrichtlinie weiter schärfen, da hier noch Unklarheiten bei einigen Mitarbeitenden festgestellt wurden. Diese Maßnahmen sind aus

unserer Sicht wichtig, da gerade der geschäftliche Kontakt mit Amtsträgern eine besondere Sensibilität im Hinblick auf mögliche Korruptionsrisiken erfordert. In der Richtlinie Interessenkonflikte haben wir nochmals explizit Ursachen, Beispiele und Folgen im Bereich Interessenkonflikte benannt und die angemessenen Verhaltensweisen aufgezeigt, um Risiken präventiv entgegenzuwirken und Schäden abzuwenden.

COMPLIANCE BEI DER TELEFÓNICA DEUTSCHLAND GRUPPE



GRI Managementansätze:
sozioökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3); Korruptionsbekämpfung (103-2; 103-3); Wettbewerbswidriges Verhalten (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Politische Einflussnahme (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); GRI 102-12; 102-16; 102-17; 102-20; 102-21; 102-25; 205-1

Telefónica als Arbeitgeber



3.0 Verantwortlich wirtschaften

- 3.1 Kundenzufriedenheit
- 3.2 Compliance
- 3.3 Telefónica als Arbeitgeber
- 3.4 Lieferantenmanagement
- 3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Commitment

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber legen wir großen Wert auf ein faires, offenes und vertrauensvolles Miteinander und bieten unseren Mitarbeitenden ein inspirierendes Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungs- und Gestaltungsmöglichkeiten. Die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeitenden messen wir an guten bis sehr guten Ergebnissen in unseren regelmäßigen Befragungen.

Unsere Erfolge

Wir haben in einem Jahr den Employee Net Promoter Score um 32 Prozentpunkte verbessert. Mit den Schlüsselinitiativen „5 Bold Moves“ starten wir in die digitale Arbeitswelt von morgen. Die neue KI-Plattform BEYOND zeigt den Mitarbeitenden passende Entwicklungsmöglichkeiten. Bei der „All Leaders Journey“ stellen wir die Zukunftskompetenzen der Führungskräfte in den Fokus. Unser Einsatz für die Gesundheit der Beschäftigten wurde mit dem Corporate Health Award und dem Sonderpreis Pandemie-Management ausgezeichnet.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Die Gesundheit und Sicherheit, das Wohlbefinden sowie die Entwicklung unserer Mitarbeitenden sind für uns elementar. Wir wollen sicherstellen, dass sie die Vorteile der Digitalisierung bestmöglich für sich nutzen können und die Arbeitswelt gemeinsam mit ihnen gestalten. Bei allen Veränderungen achten wir auf Chancengleichheit, unterstützen die Vereinbarkeit der Arbeit mit unterschiedlichen Lebensmodellen und fördern das Engagement unserer Mitarbeitenden.



UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

- LEGENDE
- ☑ übererfüllt
 - ☑ voll erfüllt
 - ☐ größtenteils erfüllt

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Gemeinsam fit für die Zukunft

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Zukunftsfähige Organisation und hohe Arbeitgeberattraktivität als Ziele

Die globale Sondersituation rund um COVID-19 stellte auch die Telefónica Deutschland Gruppe im Jahr 2020 vor ganz neue Herausforderungen. Als Arbeitgeber haben wir der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden im Umgang mit der Pandemie oberste Priorität gegeben. Ein großer Teil der Belegschaft arbeitete seit Beginn der Krise aus dem Homeoffice virtuell zusammen. Während die Ausstattung unserer Mitarbeitenden für mobiles Arbeiten grundsätzlich gegeben war, bedeutete die Umstellung des Customer-Service-Bereichs auf Homeoffice-Lösungen

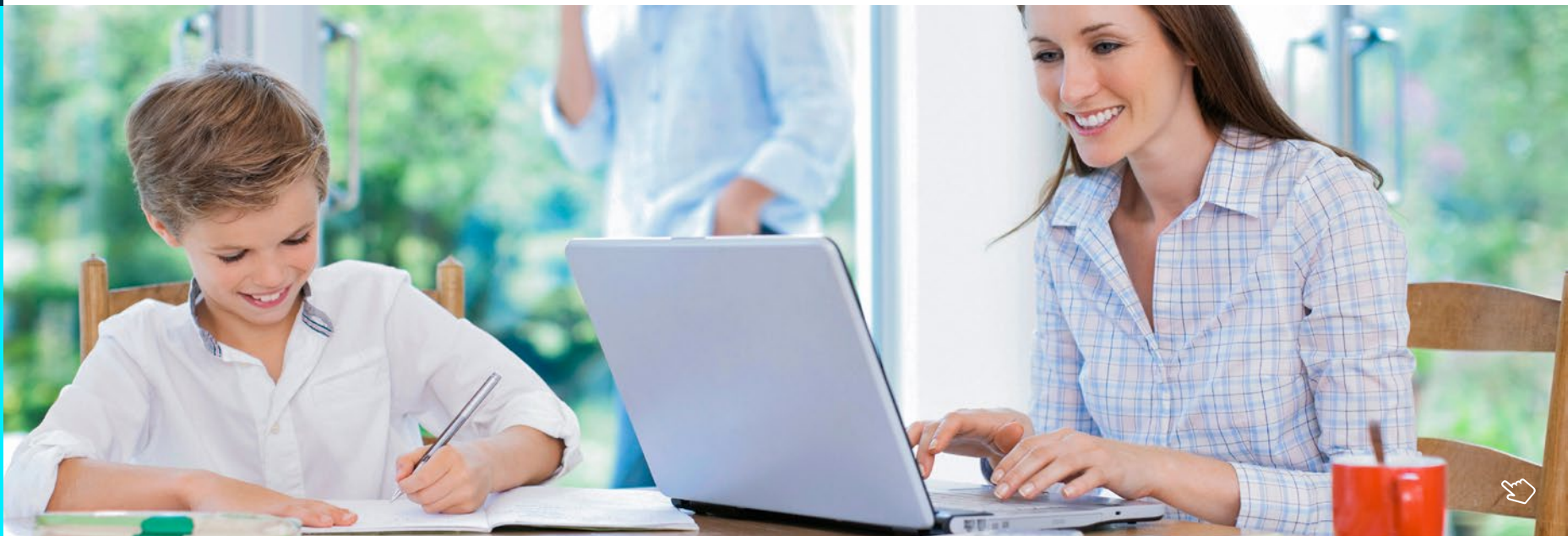
eine enorme Herausforderung, da auch im privaten Umfeld strikte Datenschutzanforderungen weiterhin eingehalten werden mussten. Den zahlreichen von Kita- und Schulschließungen betroffenen Eltern haben wir größtmögliche Flexibilität zur Verteilung der Arbeitszeit gewährt.

Die Erkenntnisse aus der über Monate hinweg andauernden neuen Arbeitsweise haben wir in einem strukturierten Prozess und unter Einbindung unserer Mitarbeitenden und Führungskräfte gesammelt, analysiert und ausgewertet. Ziel war es, die positiven Veränderungen für die Zukunft zu bewahren und die laufende Transformation der Organisation durch einen entschiedenen Schritt in die digitale Arbeitswelt von morgen voranzutreiben. Mit unserer Stoßrichtung für

die produktive Gestaltung der „Neuen Normalität“ sowie mit weiteren Initiativen im Jahresverlauf konnten wir die Umsetzung unserer Personalstrategie somit zusätzlich beschleunigen. Die auf den Vorjahren basierenden, weiterentwickelten Schwerpunkte umfassen die Themen neue Arbeitsweisen und Produktivität, die Entwicklung von Mitarbeitenden und Führungskräften sowie das Mitarbeiterengagement. Mit den entsprechenden Maßnahmen und im kontinuierlichen Austausch mit unseren Mitarbeitenden möchten wir für sie und für externe Bewerber auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber sein.

GRI Managementansätze:
Beschäftigung (103-2; 103-3);
Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis
(103-2; 103-3); Arbeitssicherheit und
Gesundheitsschutz (103-2; 103-3);
Aus- und Weiterbildung (103-2;
103-3); Vielfalt und Chancengleich-
heit (103-2; 103-3); Gleichbehand-
lung (103-2; 103-3); GRI 102-43

UNGC-Prinzip 6



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

PROZESSE UND STEUERUNG

Mitarbeiterumfrage misst Zufriedenheit und Fortschritte bei Arbeitgeberattraktivität

Die übergeordnete Verantwortung für den Personalbereich trägt der Chief Human Resources Officer (CHRO). Darüber hinaus vertreten mehrere Betriebsratsgremien die Interessen der Mitarbeitenden. Um die Attraktivität unseres Arbeitsumfelds und das Vorankommen bei Kernthemen unserer Transformation zu bewerten, führen wir regelmäßige Mitarbeiterumfragen durch. Dazu gehören mehrere unterjährige Kurzumfragen – sogenannte Pulse Surveys – und eine jährliche globale „Employee Experience Survey“. Beide Umfragen werden online, anonym und auf freiwilliger Basis unter allen Mitarbeitenden der Telefónica Deutschland Gruppe durchgeführt. Zu den gemessenen Werten zählen der „employee Net Promoter Score“ (eNPS), der darüber Auskunft gibt, mit welcher Wahrscheinlichkeit Mitarbeitende Telefónica als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Er ist damit ein wesentlicher Indikator für unsere Arbeitgeberattraktivität. Im Jahr 2020 haben wir einen eNPS von 53,8 Punkten (Vj. 21,5) erreicht und damit den Wert gegenüber 2019 mehr als verdoppelt. Wesentliche Treiber waren die Art, wie wir als Arbeitgeber mit der Corona-Krise umgegangen sind, sowie die flexibilisierte Arbeitsweise. Themen, die außerdem be-

sonders auf den eNPS einzahlen, sind das Wohlbefinden der Mitarbeitenden, gemeinsames gesellschaftliches Engagement sowie Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten. Weitere Ergebnisse zeigen, dass sich 91 % unserer Mitarbeitenden trotz des virtuellen Arbeitens in der anhaltenden Pandemiesituation weiterhin als Teil eines Teams fühlen und dass Kernthemen der Transformation auch während COVID-19 erfolgreich vorangebracht werden konnten. 93 % der Mitarbeitenden (Vj. 88 %) bestätigen zudem, dass es bei der Telefónica Deutschland Gruppe eine ausgeprägte Chancengleichheit gibt.

Die Rücklaufquote der globalen Umfrage betrug 2020 77 % und bewegte sich damit im Vergleich zum Vorjahr stabil auf hohem Niveau (2019: 79 %). Zusammen mit den unterjährigen Pulse Surveys trägt die globale Employee Experience Survey dazu bei, unsere Fortschritte bei unseren personalstrategischen Schwerpunktthemen regelmäßig datenbasiert zu überprüfen und gezielt Maßnahmen zu ergreifen. Führungskräften stellen wir die Ergebnisse zudem in einem digitalen Dashboard bereit, in dem sie die Werte für ihren Bereich einsehen und mit Unterstützung des Personalbereichs sowie externer Coaches an identifizierten Verbesserungspotenzialen arbeiten können.

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT:

JÄHRLICHE MITARBEITERUMFRAGE

	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Rücklaufquote	%	68	71	79	77
Employee Net Promoter Score (eNPS) (ab 2019)	Punktzahl	–	–	21,5	53,8

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

Commitment: Als verantwortungsvoller Arbeitgeber legen wir großen Wert auf ein faires, offenes und vertrauensvolles Miteinander und bieten unseren Mitarbeitenden ein inspirierendes Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungs- und Gestaltungsmöglichkeiten. Die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeitenden messen wir an guten bis sehr guten Ergebnissen in unseren regelmäßigen Befragungen.

- Unsere Arbeitgeberattraktivität haben wir gemessen am Employee Net Promoter Score stark verbessert.
- Die Schlüsselinitiativen „5 Bold Moves“ haben uns den Weg in die digitale Arbeitswelt von morgen geebnet, indem sie eine effiziente Zusammenarbeit, Produktivität und individuelle Flexibilität fördern.
- Wir haben die KI-basierte Plattform BEYOND gestartet, um unseren Mitarbeitenden entsprechend ihrem Kompetenzprofil passende Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen.
- Unseren Führungskräften haben wir über verschiedene Programme neue Denk- und Arbeitsweisen vermittelt und ihre Kompetenzen gestärkt.
- Unser betriebliches Gesundheitsmanagement wurde mehrfach mit dem Corporate Health Award ausgezeichnet.
- Wir haben das Engagement unserer Mitarbeitenden gefördert, beispielsweise durch ein attraktives Arbeitsumfeld, die Unterstützung des Corporate Volunteering und Initiativen für einen gemeinschaftlichen Spirit, wie den Towerlauf.
- Dank unserer vielfältigen Aufstiegs- und Entwicklungschancen wurden wir zum Branchensieger im Ranking „Top-Karrierechancen“ von FOCUS-MONEY erklärt.

GRI Managementansätze:
Beschäftigung (103-2; 103-3);
Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis
(103-2; 103-3); GRI 102-43

UNGC-Prinzip 6

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschäftigung (103-2; 103-3);
Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis
(103-2; 103-3); GRI 102-43

UNGC-Prinzip 6

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN
**Schwerpunkte in der
Personalarbeit**

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im Berichtsjahr die Personalstrategie weiterentwickelt und neue Maßnahmen implementiert. Die COVID-19-Pandemie hat zudem eine unvorhersehbare und längerfristige Umstellung der Zusammenarbeit in der Organisation erfordert, aus der wir wichtige Erkenntnisse für eine modernisierte, digitale Arbeitsweise gezogen haben. Diese Erkenntnisse wurden im Jahresverlauf systematisch in fünf Schlüsselinitiativen („5 Bold Moves“) gebündelt, im Unternehmen eingeführt und mit fortlaufenden Initiativen verankert. Sie tragen dazu bei, die Schwerpunktthemen unserer Personalstrategie und die Transformation zu beschleunigen.

Neue Arbeitsweisen und Produktivität

Die fünf Schlüsselinitiativen zielen insbesondere auf die Stärkung einer effizienten und effektiven Zusammenarbeit, Produktivität und individuellen Flexibilität ab. Im Kern handelt es sich dabei um ein flexibles Hybridmodell, das die Vorteile des mobilen, virtuellen Arbeitens mit den Vorzügen der Zusammenarbeit am Standort verbindet.

Die fünf Schlüsselinitiativen umfassen „Working Anywhere – arbeiten, wo es am produktivsten ist“, „Working Anytime – größtmögliche Zeitflexibilität innerhalb des gesetzlichen Rahmens“, „Outcome-based Leadership – konsequenter Fokus auf Ergebnisse“, „Digital by Default – virtuelle Meetings als neuer Standard“ und „70 % Less Travel – signifikant weniger interne Dienstreisen“. Mit der verstärkt digitalen Arbeitsweise, die mit diesen Initiativen einhergeht, verbessern wir gleichzeitig die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle mit beruflichen Erfordernissen, fördern die Inklusion und bieten neue Möglichkeiten für Frauen in Führungspositionen. Die deutliche Reduzierung von Dienstreisen setzt darüber hinaus ein klares Zeichen für den Klimaschutz.

Um eine erfolgreiche Umsetzung der Schlüsselinitiativen zu unterstützen, haben wir diese in einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne vermittelt und durch eine Reihe von Maßnahmen flankiert. Dazu zählten spezifische Informationsveranstaltungen, Begleitmaterialien und Coachings, um unsere Mitarbeitenden und Führungskräfte für die veränderte Zusammenarbeit zu befähigen. Weitere Maßnahmen zur nachhaltigen Verankerung werden sukzessive und in Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern implementiert.

Mitarbeiterengagement und attraktive Arbeitsbedingungen

Das Engagement unserer Mitarbeitenden ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Telefónica Deutschland Gruppe. Aus diesem Grund schaffen wir unter Einbindung der Führungskräfte ein Arbeitsumfeld, in dem sich unsere Mitarbeitenden aktiv mit ihrer Leistung, ihren Ideen und ihrem sozialen Engagement einbringen, sich weiterentwickeln und verschiedene Lebensbereiche mit flexiblen Arbeitsmodellen vereinbaren können. Wir legen Wert auf ein faires Miteinander, eine partnerschaftliche Zusammenarbeit sowie ein inspirierendes, motivierendes Arbeitsklima.

Um den offenen Austausch im Unternehmen zu fördern, bestehen u. a. verschiedene Formate zwischen Vorstand und Mitarbeitenden, beispielsweise „Vorstand im Dialog“, „Tower Talk“ oder „Kaffee & Croissant“. Während der COVID-19-Pandemie haben zusätzliche Sonderformate wie virtuelle Führungskräftekonferenzen, wöchentliche Vorstands-Updates und eine spezielle Intranetseite eine kontinuierliche Kommunikation und Orientierung ermöglicht. Unternehmensweite Teamevents für einen guten Zweck – wie der „Digital O₂ Tower Run“ – haben auch unter veränderten Rahmenbedingungen die Mitarbeiterbindung, das Wir-Gefühl und unsere gemeinsam getragene gesellschaftliche Verantwortung gestärkt. Um den Betriebsrat eng einzubinden und Veränderungen im Unternehmen verstärkt zusammen zu gestalten, haben wir im Jahr 2020 u. a. regelmäßige Dialogformate mit Vorstandsbeteiligung durchgeführt.

Zudem findet ein kontinuierlicher informeller Austausch mit den Arbeitnehmergremien statt.

Als weiteren wichtigen Baustein unserer Arbeitgeberattraktivität sehen wir die umfassenden Zusatzleistungen, welche die Telefónica Deutschland Gruppe ihren Mitarbeitenden bietet. Dazu zählen Zuschüsse zur Altersvorsorge, Vergünstigungen im öffentlichen Nahverkehr, Versicherungsverträge, Essenszuschüsse, **Familien-service** oder auch Mitarbeiterguthaben für unsere Produkte und Services.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verknüpft seit 2019 die Bonusregelungen in der Vergütung für Vorstand und Führungskräfte bewusst mit der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen des Unternehmens. Dazu zählen die Erhöhung der Kundenzufriedenheit, die Stärkung unserer Reputation, die Reduktion von CO₂-Emissionen und die Steigerung des Anteils von Frauen in Führungspositionen. Weitere Informationen dazu im [Kapitel 2.3](#).

Entwicklung von Mitarbeitenden und Führungskräften

Die Telefónica Deutschland Gruppe legt einen weiteren Fokus darauf, gezielt in eine kontinuierliche, selbstgesteuerte Weiterentwicklung der Mitarbeitenden zu investieren und hochqualifizierte, neue Mitarbeitende zu gewinnen. So werden die Beschäftigungsfähigkeit der Belegschaft und die Zukunftsfähigkeit der Organisation langfristig gestärkt.

2020 hat die Telefónica Deutschland Gruppe mit der Initiative BEYOND eine auf künstlicher Intelligenz basierende Plattform eingeführt, die Mitarbeitenden auf Basis ihres Kompetenzprofils passende Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen aufzeigt. Diese können z. B. offene Stellen, Jobrotationen oder Projekteinsätze umfassen. Damit ermutigen wir unsere Mitarbeitenden, sich immer wieder auf Perspektivenwechsel einzulassen und durch dauerhafte Rollenveränderungen an neuen Aufgaben zu wachsen. Die Plattform integriert zudem längerfristige „Learning

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Journeys“ zu ausgewählten, strategisch relevanten Zukunftskompetenzen wie „Data Analytics & Science“ sowie den Zugang zu über 400.000 Videos und 10.000 Kursen der digitalen Lernplattform LinkedIn Learning. So können Mitarbeitende das Lernen kontinuierlich und selbstbestimmt in ihren Arbeitsalltag integrieren, insbesondere wichtige Daten- und Digitalkompetenzen ausbauen und ihre Arbeitsweisen verbessern.

Um unsere Mitarbeitenden für die neue, teilweise vollständig virtuelle Zusammenarbeit während der Pandemiesituation zu befähigen, haben wir darüber hinaus spezielle Informationsveranstaltungen und Hilfestellungen angeboten. Ein besonderer Schwerpunkt lag hier auf der Unterstützung der Führungskräfte bei der veränderten Aufgabe, die Steuerung und Führung ihrer Teams virtuell zu bewerkstelligen.

Angebote für Führungskräfte aller Ebenen fanden entsprechend zusätzlich im Rahmen unseres Führungskräfteentwicklungsprogramms – der sogenannten Leadership Journeys – statt. Mit den Leadership Journeys investieren wir gezielt in unsere Führungskräfte, um sie in ihrer Rolle als Treiber für Veränderung, Leistungsfähigkeit und Engagement zu stärken

und auch ihnen kontinuierliche Weiterentwicklung zu ermöglichen. Zu den weiteren unterstützenden Maßnahmen für Führungskräfte zählten im Jahr 2020 individuelle Coachings und Team-Workshops mit Begleitung durch professionelle Trainer. Ein konkretes Coaching-Angebot umfasste hierbei Einzeltrainings für eine gute Gesprächsführung sowie die Sensibilisierung und Begleitung bei Ein- und Austritten von Mitarbeitenden.

Nachwuchstalente sichern und entwickeln

Mit verschiedenen Initiativen wollen wir junge Talente für uns gewinnen und fördern. Damit sichern wir dem Unternehmen qualifizierte Nachwuchskräfte und sorgen für eine gute Balance zwischen den Generationen.

2020 haben wir ein neues Programm für Young Professionals aufgesetzt, mit dem wir gezielt digitale Talente für unsere Transformation rekrutieren und systematisch entwickeln wollen. Das „Telefónica Digital Transformation Program“ ist auf junge Berufstätige mit Kompetenzen im Bereich „Data“, „Technology“ oder „Commercial“ ausgerichtet. Diese Qualifikationsprofile sind für unser Unternehmen strategisch und bereichsübergreifend von großer Bedeutung. Nach

der Bewerbungs- und Auswahlphase haben die ersten Kandidaten zum Jahreswechsel 2020/21 das 18-monatige Programm begonnen. Über diesen Zeitraum sollen sie das Unternehmen intensiv kennenlernen und ihre Fähigkeiten kontinuierlich ausbauen. Zu den Stationen zählen Projekteinsätze und Jobrotationen in unterschiedlichen Geschäftsbereichen sowie bei unserem Innovationslabor Wayra. Als Mentor steht ihnen eine Person auf Vorstands- bzw. Direktorebene zur Seite. CEO Markus Haas und CHRO Nicole Gerhardt übernehmen persönlich die Rolle als Sponsoren des Programms.

Unser Angebot für Auszubildende und duale Studenten haben wir dieses Jahr weiter ausgebaut und im Sommer 50 junge Neuzugänge im Rahmen von virtuellen Welcome Days bei uns begrüßt. Die „Young Talents“ begannen ihre Zeit bei uns mit einem vierwöchigen Einführungsprogramm, bei dem sie das Unternehmen, die Produkte und Kollegen kennenlernten. Die Onboarding-Phase, die pandemiebedingt weitgehend digital ablief, umfasste u. a. eine Einführung in die Bereiche Data, Customer Service, Vertrieb und Strategie. Im Jahr 2020 konnten wir bei den Auszubildenden eine Übernahmequote von 81 % erzielen. Diese wollen wir weiter steigern und streben bis 2022 eine Quote von 90 % an.

Neben den genannten Programmen bieten wir auch für Praktikanten und Werkstudenten die Chance, ihren späteren Berufseinstieg mittels erster Einblicke ins Unternehmensumfeld erfolgreich zu gestalten.



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschäftigung (103-2; 103-3);
Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis (103-2;103-3); Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (103-2; 103-3); Aus- und Weiterbildung (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); GRI 102-43; 405-1

UNGC-Prinzip 6

Vielfalt und Frauen in Führungspositionen stärken

Als Unternehmen und Arbeitgeber mit rund 8.200 Mitarbeitenden haben wir eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung für die Chancengleichheit. Dies gilt nicht nur für den Zugang zur Digitalisierung, den wir als Telekommunikationsunternehmen möglichst vielen Menschen bieten wollen, sondern auch für Karriere-möglichkeiten, die Raum für individuelle Lebensmodelle bieten. Vielfalt macht uns zu einem leistungsstärkeren Unternehmen, denn gerade in Zeiten des beschleunigten Wandels ist das Zusammenspiel unterschiedlicher Kompetenzen, Sichtweisen, Erfahrungen und Hintergründe ein maßgeblicher Faktor für Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit.

Die Telefónica Deutschland Gruppe arbeitet aktiv im Global Diversity Council des Telefónica Konzerns mit und fördert Diversität auf unterschiedlichste Weise: Bei uns arbeiten Menschen aus rund 75 Nationen, junge Talente wie Angehörige älterer Generationen und seit mehreren Jahren zwei Frauen im Vorstand. Für unser Engagement bei Gleichberechtigung und Inklusion wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet. So sind wir für das Jahr 2020 erneut im Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) gelistet worden. Unser

Bestreben, Frauen in Führungspositionen erfolgreich zu machen und ihren Anteil im Top-Management zu erhöhen, haben wir fest in unseren Unternehmenszielen verankert. Mit der Steigerung des Anteils von 23,2% im Jahr 2019 auf 27,8% im Jahr 2020 haben wir einen wesentlichen Fortschritt erzielt, unser Ziel von 30% Frauenanteil in Top-Führungspositionen bis 2020 jedoch knapp verfehlt.

Eine Plattform zur Vernetzung finden Frauen in der lebendigen, internen Community „Telefónica-Connects“. Diese inspiriert nicht nur durch regelmäßige Fachvorträge spannender Persönlichkeiten und Vorbilder, sondern erhöht auch die generelle Sichtbarkeit von Frauen im Unternehmen. Wir sind zudem auf gesellschaftlicher Ebene in der Initiative „Chefsache“ aktiv, die sich unter der Schirmherrschaft von Angela Merkel mit hochkarätiger Unterstützung aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Politik für Chancengerechtigkeit von Frauen und Männern einsetzt. Darüber hinaus unterstützt die Telefónica Deutschland Gruppe die Initiative #SheTransformsIT, die sich für mehr Präsenz von Frauen in der Digitalisierung engagiert.

Mit unserer [Menschenrechtsrichtlinie](#) verpflichten wir uns zu einem fairen, respektvollen und diskriminie-

rungsfreien Umgang als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Unserem Anspruch verleihen wir darüber hinaus durch die Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ Ausdruck. Bei etwaigen Verstößen gegen unsere Geschäftsgrundsätze, z. B. durch Mobbing oder Belästigung, steht unseren Mitarbeitenden ein vertrauliches Hinweisgebersystem mit einem unabhängigen [Ombudsmann](#) oder der [Human-Rights-Meldekanal](#) zur Verfügung. Mehr zum Whistleblowing-Kanal und unseren Trainings für Mitarbeitende zum ethischen Umgang miteinander und zu unseren Geschäftsgrundsätzen findet sich im [Kapitel 3.2](#). Die webbasierte Schulung zum „Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz“ (AGG) mit Fokus auf Diversity ist für alle Mitarbeitende alle drei Jahre verpflichtend. Zum Ende des Berichtsjahres lag die Teilnahmequote bei 87,4%² mit insgesamt 3.035 Trainingsstunden.

Wir sind bestrebt, Gehaltsunterschiede zwischen den Geschlechtern bei der Telefónica Deutschland Gruppe weiter zu verringern. Dazu soll auch unser einheitliches Vergütungssystem in der OHG dienen, das eine objektive Beurteilung und Gleichbehandlung von Stellen und Gehältern sicherstellt.

VIELFALT ¹	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Frauen im gesamten Unternehmen	Anzahl (%)	3.776 (40,7)	3.562 (40,2)	3.378 (40,1)	3.221 (39,4)
Gesamtzahl Senior Management (Valora), 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand)	Anzahl	53	55	56	54
Frauen im Senior Management (Valora), 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand)	Anzahl (%)	8 (15)	12 (21,8)	13 (23,2)	15 (27,8)
Frauen im Vorstand	%	25	25	28,6	28,6
Nationalitäten der Mitarbeitenden	Anzahl	76	74	78	75

¹ Gesamtbelegschaft exkl. 50% der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

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

² Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeitende in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 7.717). In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten drei Jahre ein. Für das Jahr 2020 bedeutet dies 6.745 absolvierte Trainings vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2020.

MITARBEITERKENNZAHLEN

3.0 Verantwortlich wirtschaften

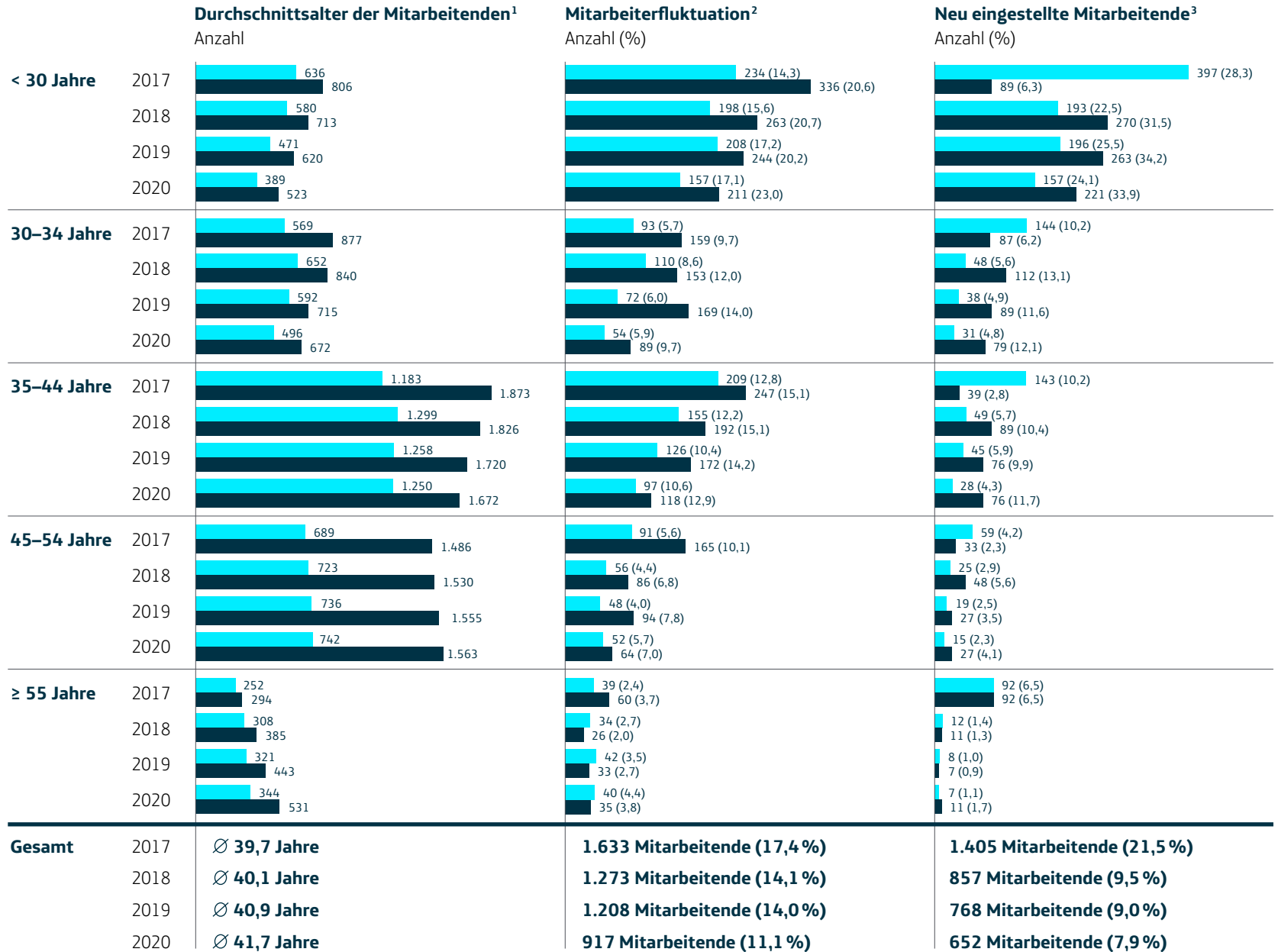
3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht



¹ Gesamtbelegschaft exkl. 50% der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

² Grundlage ist die Anzahl der Austritte im Zeitraum 31. Dezember 2019 bis 30. Dezember 2020/Mittelwert der People in Place (PIP) der fünf Stichtage 31. Dezember 2019, 31. März 2020, 30. Juni 2020, 30. August 2020, 31. Dezember 2020.

³ Gesamtbelegschaft exkl. 50% der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

³ Grundlage ist jeweils die Anzahl der Eintritte im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres. Gesamtbelegschaft exkl. 50% der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansatz:
Arbeitssicherheit und
Gesundheitsschutz (103-2; 103-1);
GRI 102-43; 403-1; 403-2; 403-3;
403-4; 403-5; 403-6

UNGC-Prinzip 3

Ganzheitliche Gesundheitspolitik umsetzen

Gesundheit und Sicherheit auch unter Pandemie-Bedingungen

Angesichts der Corona-Pandemie haben wir der gesundheitlichen Fürsorge unserer Mitarbeitenden eine besondere Bedeutung zugemessen und im Rahmen unseres Gesundheitsmanagements vielfältige Maßnahmen ergriffen, um angemessen mit dieser Herausforderung umzugehen.

Dazu gehörten zu Beginn der Krise vor allem eine klare Kommunikation und die zügige Umsetzung verbindlicher Regelungen. So wurde im Unternehmen bereits Ende Februar 2020 ein Beobachterstab mit relevanten Entscheidungsträgern, Vertretern der Fachbereiche, Betriebsärzten, Fachkräften für Arbeitssicherheit und Betriebsräten eingerichtet. Parallel haben wir online ein Informationsangebot mit Fragen und Antworten zur Corona-Entwicklung zur Verfügung gestellt, eine zentrale Kontaktstelle für Mitarbeitende und Führungskräfte geschaffen sowie wöchentliche Informationsmails versendet. Damit wurde den Mitarbeitenden die Möglichkeit gegeben, sich in der ungewohnten Situation neu zu orientieren.

Wir haben unseren Mitarbeitenden in enger Abstimmung mit der Arbeitnehmervertretung größtmögliche Flexibilität in der Arbeitsgestaltung gegeben. Dort, wo es möglich war, konnte die Arbeit ins Homeoffice verlagert werden. Für Eltern, die ihre Kinder zu Hause betreuen mussten und nicht parallel arbeiten konnten, haben wir flexible und entgegenkommende Arbeitszeit- und Urlaubsregelungen getroffen. Im Sommer 2020 wurde die Rückkehr an den Arbeitsplatz aufgrund dringender gesundheitlicher, persönlicher oder betrieblicher Erfordernisse ermöglicht. Hier hatte der Gesundheitsschutz eindeutig Vorrang: Dafür wurden vom Bereich Arbeitssicherheit und Betriebsmedizin Gefährdungsbeurteilungen durchgeführt, Infektionsschutzpläne implementiert und eine umfangreiche Beratung in allen Fragen rund um die Pandemie zur Verfügung gestellt.

Um unseren Mitarbeitenden auch unter den veränderten Rahmenbedingungen eine gute Begleitung und Betreuung in allen gesundheitlichen Fragen zur Verfügung zu stellen, wurden viele Leistungen des Gesundheitsmanagements in kürzester Zeit auf digitale Angebote umgestellt. Beispielsweise konnten Betriebsarzttermine telefonisch oder digital realisiert werden.

Einen besonderen Fokus haben wir auf die Gesunderhaltung im Homeoffice gelegt, da dies für viele Beschäftigte eine ungewohnte und nicht immer einfach zu bewältigende Arbeitssituation bedeutete. Zu den Hilfestellungen gehörten in puncto Work-Life-Balance virtuelle Beratungsangebote zu den Bereichen Lebenslagen-Coaching, Kinderbetreuung und Unterstützung für Senioren. Für die körperliche Fitness haben wir auf digitalem Wege Sport- und Entspannungskurse, Webinare und die Teilnahme an der unternehmensweiten Laufinitiative „B2Mission“ organisiert. Dazu kamen noch Tipps und Tricks zur gesunden Ernährung im Homeoffice. Neben aktuellen Online-Angeboten zu diesen Themen sind viele der Informationen auch über eine Mediathek abrufbar, sodass Mitarbeitende im Nachhinein oder auch Shopmitarbeitende das Angebot wahrnehmen können.

Der Umgang des Unternehmens mit der Pandemie-situation stieß bei unseren Mitarbeitenden auf eine positive Resonanz: 95 % von ihnen bewerteten diesen im Rahmen unserer Employee Experience Survey als sehr gut. Neben den ermöglichten Homeoffice-Modellen wurden insbesondere das schnelle Handeln, die Lösungen für betroffene Eltern sowie die umfangreiche, klare Kommunikation hervorgehoben.

Mit den schnellen und digitalen Lösungen haben wir die Reichweite gesundheitsfördernder Angebote enorm gesteigert und das Gesundheitsbewusstsein in der Belegschaft weiter gestärkt. Das sehen wir als große Chance, auch in Zukunft Inhalte und Angebote im Gesundheitsmanagement zu platzieren und die Digitalisierung von Tätigkeitsbereichen und Prozessen

voranzutreiben, beispielsweise bei Unterweisungen und Schulungen oder telemedizinischen Ansätzen. Zudem wird sich das Gesundheitsmanagement den Rahmenbedingungen der neuen Arbeitswelt anpassen und einen Beitrag zu den „5 Bold Moves“ leisten.

Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Der Umgang mit der Corona-Pandemie und die Bekämpfung der damit verbundenen Risiken standen im Berichtsjahr klar im Vordergrund unseres Gesundheitsmanagements. Daneben bauen wir auf unser integriertes Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsystem, das von einer ganzheitlichen Gesundheitspolitik mit folgenden Zielen geleitet wird:

- die Verhinderung von Arbeitsunfällen und arbeitsbedingten Erkrankungen
- die Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeitenden durch gezielte Maßnahmen
- die Erhöhung der Arbeitszufriedenheit und Leistungsbereitschaft
- die Förderung einer konstruktiven und wertschätzenden Zusammenarbeit

Die Grundlage hierfür bildet das „Handbuch integriertes Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement“, das sich an der Norm DIN EN ISO 45001:2016 orientiert. Im Handbuch sind konkrete Ziele mit entsprechenden Kennzahlen (KPIs) definiert, auf deren Basis wir das Managementsystem steuern und verbessern sowie Gesundheits- und Sicherheitsrisiken nachhaltig minimieren.

Die Telefónica Deutschland Gruppe unterliegt dabei den Bestimmungen des Arbeitsschutzgesetzes und des Arbeitssicherheitsgesetzes sowie weiteren gesetzlichen und berufsgenossenschaftlichen Anforderungen. Die Gesamtverantwortung für die Umsetzung tragen der Vorstand bzw. die Geschäftsführung der jeweiligen Gesellschaft sowie die Führungskräfte. Der Direktionsbereich Integrity Services berichtet regelmäßig an den Vorstand zur aktuellen Entwicklung des Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagements.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansatz:
Arbeitssicherheit und
Gesundheitsschutz (103-2; 103-1);
GRI 102-43; 403-1; 403-2; 403-3;
403-4; 403-5; 403-6; 413-1

UNGC-Prinzip 3

Für die Schaffung und Erhaltung sicherer und gesunder Arbeitsplätze führen wir entsprechend des Arbeitsschutzgesetzes Gefährdungsbeurteilungen durch und gehen dabei nach einer bundesweit einheitlichen Richtlinie vor. Die Beurteilungen umfassen alle mit der Arbeit verbundenen Unfallrisiken und Gesundheitsgefahren. Dies dient vor allem der Minimierung der Unfallrisiken und der Gesunderhaltung der Beschäftigten in Büros, Shops und an Technikstandorten. Die Auswertung des Unfallgeschehens obliegt den Arbeitssicherheitsausschüssen in den jeweiligen Gesellschaften.

Wir führen zudem regelmäßig Arbeitssicherheits- und Gesundheitsaudits durch, so etwa die Überprüfung der Managementsysteme im Rahmen der Rezertifizierung nach den Normen ISO 9001, 14001 sowie 50001 und unserer Bewerbung für den Corporate Health Award 2020. Zur weiteren Verbesserung des Sicherheitsbewusstseins unter unseren Mitarbeitenden führen wir regelmäßige Schulungen und Unterweisungen durch. Dazu zählen beispielsweise webbasierte Trainings zur allgemeinen Arbeitssicherheit in den Büros und Shops sowie zum Brandschutz oder hinsichtlich von Tätigkeiten auf hoch gelegenen Arbeitsplätzen.

Darüber hinaus findet vierteljährlich unternehmensweit ein Health Forum unter Leitung des Corporate Health Managements statt, das sich aus Vertretern von Arbeitgeber und Arbeitnehmern sowie weiteren internen Stakeholdern zusammensetzt. Als strategisches Gremium befasst es sich mit der Planung und Steuerung der Gesundheitsthemen und der Umsetzung der Gesundheitspolitik im gesamten Konzern. Darüber hinaus dient das Health Forum dem Informationsaustausch und als Impulsgeber sowie der Beratung.

Gesellschaftliches Engagement und Teamgeist fördern

Gesellschaftliches Engagement gehört für uns untrennbar zu verantwortungsbewusstem Handeln und ist fest in unserer Unternehmenskultur verankert. Gemeinsam können wir viel bewegen – das gilt nicht nur für unser Unternehmen, sondern auch für den guten Zweck. Mit unserem jährlichen globalen Volunteering Day bieten wir unseren Mitarbeitenden deshalb Gelegenheit, sich in ihrem lokalen Umfeld sozial zu engagieren und einen wertvollen Beitrag für Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Rund 18.000 Telefónica Kollegen auf der ganzen Welt haben rund um den 2. Oktober 2020 ihre Kompetenzen, ihre Zeit und ihr Engagement dafür eingebracht.

Gerade in Pandemiezeiten brauchen soziale Einrichtungen tatkräftige Unterstützung. Um die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden zu schützen, haben wir in diesem Jahr vor allem auf vielfältige virtuelle Hilfsaktivitäten für lokale Gemeinschaften umgestellt. Dazu zählten unter anderem das Spenden von Geldbeträgen, Kleidern, Schulmaterial und Hygieneartikeln oder das Nähen von Masken zum Schutz vor einer COVID-19-Infektion. Weltweit unterstützte

die Telefónica, S.A. Group in Zusammenarbeit mit der Telefónica Fundación über 100 Hilfsorganisationen, darunter hierzulande auch das Deutsche Rote Kreuz, die Tafel und „DIE ARCHE“.

Der Höhepunkt unseres diesjährigen gemeinsamen Engagements war der Digital O₂ Tower Run, bei dem über 1.500 Kollegen unter dem Motto „Virtuell und trotzdem zusammen“ Schritte für einen guten Zweck gesammelt haben. Für die 25 von den Teilnehmern digital abgelaufenen Runden zwischen allen Telefónica Deutschland Standorten und die 55.012 zurückgelegten Kilometer haben wir als Unternehmen 25.000 EUR für die gemeinnützige Organisation „DIE ARCHE“ gespendet. Der Betrag soll dazu dienen, benachteiligten Kindern und Jugendlichen Zugang zur Digitalisierung und zu digitaler Bildung zu ermöglichen. Darüber hinaus trug der Digital O₂ Tower Run wesentlich dazu bei, den Teamgeist zu beleben und die Verbundenheit im Unternehmen in der anhaltenden Pandemiesituation zu kräftigen. Auch der Vorstand trat als Laufteam an und sorgte gemeinsam mit der Begeisterung der Mitarbeitenden in verschiedenen virtuellen Kommunikationskanälen für eine sportlich gesunde Woche und ein gestärktes Wir-Gefühl.



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

Auszeichnung mit Corporate Health Award und Sonderpreis Pandemie-Management

Die vorbildlichen Leistungen unseres Gesundheitsmanagements spiegeln sich nicht nur in hervorragenden Bewertungen durch unsere Beschäftigten wider, sondern auch durch das Urteil unabhängiger Experten. So erhielt die Telefónica Deutschland Gruppe Ende 2020 bereits zum zweiten Mal nach 2018 den Corporate Health Award, eine der renommiertesten Auszeichnungen für das betriebliche Gesundheitsmanagement in Deutschland. Das Unternehmen hat in diesem Jahr nicht nur erneut das Exzellenz-Siegel erhalten, sondern zugleich auch den Sonderpreis Pandemie-Management gewonnen. Nach der Einstufung in die Exzellenzklasse im Jahr 2020 liegen wir im aktuellen Audit mit einer Bewertung von 83 % über dem Branchen- und auch Gesamtdurchschnitt. Unser Gesundheitsmanagement zählt damit zu den bundesweit besten Angeboten in diesem Bereich.

Neben unserem ganzheitlich integrierten Gesundheitskonzept konnten wir die Jury in diesem Jahr vor allem mit unserem flexiblen und innovativen Pandemie-Management überzeugen. Das Gremium würdigte insbesondere die Flexibilität und Reaktionsfähigkeit des Unternehmens, die es ermöglichte, dass während der COVID-19-Pandemie der Großteil der Belegschaft in kürzester Zeit ins Homeoffice wechseln konnte. Zudem wurde anerkannt, dass flexible Lösungen für Eltern und Mitarbeitende mit Risikogruppen im Haushalt geschaffen und das Corporate Health Management schnell auf innovative Online-Angebote

umgestellt wurden. Hinzu kam eine klare und offene Kommunikation, die den Beschäftigten größtmögliche Sicherheit in dieser schwierigen Zeit bot.

Mit dem Corporate Health Award würdigen die Initiatoren Handelsblatt, EuPD Research Sustainable Management und die ias-Gruppe einmal jährlich Unternehmen, die nachweislich in besonderer Weise die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden fördern und eine vorausschauende, nachhaltige Personalstrategie verfolgen. 352 Unternehmen, Behörden und Institutionen hatten sich um die Auszeichnung beworben.

Die Auszeichnung basiert neben der Selbstauskunft und der Auswahl durch eine Expertenjury auf dem Corporate Health Audit – einer Statusanalyse des Betrieblichen Gesundheitsmanagements im jeweiligen Unternehmen vor Ort. Führende Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und dem Gesundheitswesen unterstützen die Entwicklung und Umsetzung des Corporate Health Awards. Der hochrangige Expertenbeirat sichtet und analysiert die Ergebnisse der Audits und wählt nach eingehender Prüfung die besten Unternehmen in 15 Kategorien aus.



Mutige Schritte in die digitale Arbeitswelt von morgen

Teil 1/2

Zwei Schlüsselinitiativen machen den Weg frei

Die Digitalisierung in einer globalisierten Welt verändert unsere Arbeitswelt nachhaltig. Wir müssen umdenken, mutig neue Ansätze ausprobieren und daraus lernen. So machen wir unsere Organisation fit für die Zukunft und attraktiv für neue Talente. Zugleich geben wir unseren Mitarbeitenden Orientierung und Sicherheit, weil wir mit den Chancen der Digitalisierung verantwortungsvoll umgehen. Damit wollen wir eine Vorreiterrolle einnehmen.

Die Erkenntnisse der Corona-Pandemie haben unsere Transformation hin zu einer digitalen Arbeitswelt beschleunigt und ein starkes Momentum ausgelöst. Mit den „**5 Bold Moves**“ richten wir unsere Zusammenarbeit auf die Zukunft aus und stellen eine virtuelle Arbeitsweise, individuelle Flexibilität und maximale Produktivität klar ins Zentrum:

„Im Fokus stehen nicht Arbeitszeit oder Arbeitsort, sondern mehr denn je Ergebnisse, Produktivität und die Bedürfnisse des Einzelnen. Die richtige Balance ist dabei entscheidend, neue Arbeitsweisen dürfen kein Selbstzweck sein.“
Nicole Gerhardt



WORKING ANYTIME – ARBEITS- UND LEBENSZEIT FLEXIBEL GESTALTEN

Im Zuge von COVID-19 hat Telefónica die reguläre Arbeitszeit auf den maximalen gesetzlichen Rahmen von Montag bis Samstag zwischen 6 und 23 Uhr ausgeweitet, um insbesondere Eltern größtmögliche Flexibilität bei der Gestaltung ihres Arbeitsalltags zu bieten. Diese zeitliche Flexibilität soll künftig beibehalten werden, um damit Raum für einen selbstbestimmteren, bewussten Einsatz von Arbeitszeit zu geben. Damit möchte das Unternehmen stärker als zuvor berücksichtigen, dass Menschen zu unterschiedlichen Tageszeiten produktiv sind und dauerhaft eine noch bessere Vereinbarkeit verschiedener Lebensbereiche ermöglichen.

70 % LESS TRAVEL – EIN KLARES ZEICHEN FÜR DIE UMWELT

Reisen für interne Meetings sollen dank Digital by Default auf ein Minimum reduziert werden. Neben den positiven Effekten wie Zeit- und Kosteneinsparungen für Mitarbeitende und Unternehmen können damit bis zu 600 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden. Freigewordene Mittel plant die Telefónica Deutschland Gruppe anteilmäßig in Mitarbeitende und gesellschaftliche Zwecke zu reinvestieren.

WORKING ANYWHERE – ARBEITEN, WO ES AM PRODUKTIVSTEN IST

Mitarbeitende sollen ihren Arbeitsort künftig in Absprache mit der Führungskraft flexibel danach wählen können, wo sie am produktivsten sind. Dies kann je nach Person, Situation und Tätigkeit variieren und im Büro, im Home Office oder an einem anderen Ort sein. Mit einem flexiblen Hybridmodell will das Unternehmen die Vorteile von mobilem wie auch Vor-Ort-Arbeiten ausschöpfen und neue Möglichkeiten für eine standortunabhängige Weiterentwicklung, deutschlandweite Stellenbesetzung sowie persönliche Lebensmodelle schaffen.

DIGITAL BY DEFAULT – VIRTUELLE MEETINGS ALS NEUER STANDARD

Es gilt das umgekehrte Prinzip: digitale Meetings sind der neue Standard. Dies ist die Voraussetzung für eine flexibilisierte Arbeitsweise und bietet vielfältige Vorteile für eine zeitliche, direkte Kommunikation und eine gleichberechtigte, effiziente Zusammenarbeit über Standorte hinweg. Dabei bleibt das gezielte, physische Zusammenkommen weiterhin wichtig. So sollen Formate wie Kreativworkshops, besondere Einzelgespräche und Team-Veranstaltungen weiterhin „in Präsenz“ stattfinden.

OUTCOME-BASED LEADERSHIP – FÜHRUNG MIT FOKUS AUF DAS ERGEBNIS

Die angestrebte neue Arbeitsweise erfordert eine veränderte Art der Führung. Im Fokus steht das Ergebnis, nicht in erster Linie wo und wann es zustande kommt. Mitarbeitende werden künftig zunehmend zu unterschiedlichen Zeiten, an unterschiedlichen Orten und virtuell arbeiten. Für Führungskräfte ist dies eine Herausforderung, aber auch ein deutlicher Vorteil – durch eine gesteigerte Produktivität, eine gezieltere Steuerung der Wertschöpfung, durch höheres Mitarbeiterengagement oder den Zugang zu einem erweiterten Arbeitsmarkt.

Mutige Schritte in die digitale Arbeitswelt von morgen

Teil 2/2

Die **Initiative BEYOND** ermutigt unsere Mitarbeitenden, sich im Zuge des digitalen Wandels kontinuierlich weiterzuentwickeln und ihre eigene Karriere aktiv zu managen. Eine KI-basierte Plattform macht dabei transparent, welche Entwicklungsmöglichkeiten es für den Einzelnen im Unternehmen gibt, welche Kompetenzen für einen nächsten Schritt genau benötigt werden und wie diese selbstständig aufgebaut werden

können. Dafür vergleicht die Plattform individuelle Kompetenzprofile von Mitarbeitenden mit aktuellen Ausschreibungen im Unternehmen und zeigt innerhalb von Sekunden passende „Matches“ auf – seien es offene Stellen, Projekteinsätze, Job-Rotationen, LinkedIn Learning-Kurse oder Qualifizierungsprogramme für Data Analytics, Cloud Computing oder UX Design. So können Mitarbeitende ihr Kompetenzprofil ständig

ausbauen, Führungskräfte noch schneller passende Kandidaten finden und unser Unternehmen sein eigenes Potenzial optimal nutzen: Denn bis Ende 2022 sollen bis zu 70 % aller freien Stellen intern besetzt werden. Bisher haben sich bereits über 1.000 Mitarbeitende auf der BEYOND-Plattform angemeldet.

MITARBEITENDE

Upload

Vita oder LinkedIn/Xing Profil

- Transparenz über kurz-, mittel- und langfristige Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen
- Job-Matchings auf Basis von Skills zeigen neue, auch fachfremde, Perspektiven auf
- Proaktive Vorschläge, um das eigene Kompetenzprofil gezielt auszubauen

BEYOND

...übersetzt Mitarbeitende und
Jobprofile in Kompetenzen

...matcht Kompetenzprofile
und zeigt passende
Entwicklungsmöglichkeiten
bzw. Job-Kandidaten auf

FÜHRUNGSKRAFT/HR

Ausschreibung

Stellen, Projekte, Job-Rotationen,
Kursangebote

- Transparenz über unternehmensweite Kompetenzen für temporäre und langfristige Personalbedarfe
- Flexiblere, schnellere Stellenbesetzung
- Unterschiedliche Perspektiven und Fähigkeiten im Team sowie bessere bereichsübergreifende Vernetzung



Lieferantenmanagement



3.0 Verantwortlich wirtschaften

- 3.1 Kundenzufriedenheit
- 3.2 Compliance
- 3.3 Telefónica als Arbeitgeber
- 3.4 Lieferantenmanagement
- 3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Commitment

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

Unsere Erfolge

Die Digitalisierung von Einkaufsprozessen haben wir auf allen Gebieten beschleunigt. Die Zusammenarbeit mit der Telefónica, S.A. Group im Monitoring von Risikolieferanten und bei Verbesserungsmaßnahmen haben wir ausgebaut. Um unser Lieferantenmanagement noch nachhaltiger auszurichten, haben wir einen vierstufigen Lieferantenmanagementansatz implementiert. Für die Produktkategorie Services & Works erfolgte eine menschenrechtliche Risikoanalyse sowie ein internes Human Rights Assessment zur Risikoidentifizierung für die Telefónica Deutschland Gruppe. Wir haben den Einkauf in die Arbeit des Menschenrechtskomitees integriert.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Wir setzen uns für die Einhaltung von Menschenrechten entlang unserer Lieferkette ein und fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement. Auf diese Weise beabsichtigen wir überall auf der Welt zu Menschenwürde, Armutsbekämpfung, Klimaschutz und Wirtschaftswachstum beizutragen.



UN Global Compact



LEGENDE

- ☑+ übererfüllt
- ☑ voll erfüllt
- ☐ größtenteils erfüllt



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschaffungspraktiken (103-2;
103-3); Vereinigungsfreiheit und
Kollektivverhandlungen (103-2;
103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit
(103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2;
103-3); Prüfung auf Einhaltung der
Menschenrechte (103-2; 103-3);
Soziale Bewertung der Lieferanten
(103-2; 103-3); Umweltbewertung
der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-9; 102-12

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9

Nachhaltigkeit in der Lieferkette stärken

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Einkauf verantwortungsbewusst gestalten

Wir unterstützen den Schutz von Menschen und Umwelt, auch in den komplexen, globalen Lieferketten. Wir sind bestrebt, sowohl den steigenden Erwartungen unserer Stakeholder als auch den internationalen Rahmenwerken in Bezug auf eine nachhaltige Wertschöpfung gerecht zu werden. Dazu zählen wir insbesondere die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen, die UN-Kinderrechtskonvention, die Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), die Leitsätze der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), den UN Global Compact und die SDGs sowie die ISO-Normen.

Die Gestaltung nachhaltiger Lieferantenbeziehungen ermöglicht uns vor allem die Reduzierung von Risiken von Verstößen gegen Regularien. Voraussetzung dafür ist ein Höchstmaß an Transparenz, das wir durch die Analyse unserer Lieferkettenstrukturen und die Ermittlung länderspezifischer sowie produktspezifischer Risiken erreichen wollen. Im Rahmen unserer Materialitätsanalyse haben wir festgestellt, dass wir entlang der Wertschöpfungskette vielfältige Einflussmöglichkeiten zur Verbesserung der Situation im Sozial- und Umweltbereich wahrnehmen sollten. Diese wollen wir durch eine effiziente und verantwortungsbewusste Steuerung unseres Lieferantenmanagements engagiert nutzen. Den Aspekt der Menschenrechte selbst haben wir als nicht wesentlich im Sinne der Vorgaben des Handelsgesetzbuches (HGB) zur nichtfinanziellen

Berichterstattung bewertet, erkennen jedoch im eigenen Betrieb und bei unseren direkten Lieferanten umfangreiche Wirkungspotenziale. Zugleich sind wir uns der enormen gesellschaftspolitischen Relevanz des Themas bewusst und berichten daher in diesem CR-Bericht und auf der Website www.telefonica.de/menschenrechte detailliert über unsere Selbstverpflichtungen und Maßnahmen.

Wir haben die Diskussionen und Entscheidungsprozesse zum Sorgfaltspflichtengesetz in Deutschland sowie zu geplanten Maßnahmen auf europäischer Ebene aufmerksam verfolgt und setzen uns damit aktiv auseinander. Zugleich unterstützen wir das mit den politischen Vorhaben verbundene Ziel von stabilen und fairen Lieferketten, in denen hohe Menschenrechts- und Umweltstandards gelten. Mit unserem Lieferantenmanagementsystem sehen wir uns auf die veränderten gesetzlichen Rahmenbedingungen vorbereitet und werden weitere Anpassungen vornehmen, um neuen Anforderungen gerecht zu werden.

Unsere hohen Standards im Sozial- und Umweltbereich haben während der COVID-19-Krise an Bedeutung gewonnen. Die Pandemie hat dazu geführt, dass es auch in unseren internationalen Lieferketten Unsicherheiten und Engpässe gegeben hat, woraufhin wir unsere Managementmodelle anpassen mussten. Ziel war, die Erfüllung unserer Bedarfsanforderungen sicherzustellen und unsere Lieferanten dabei zu unterstützen, ihre Lieferverpflichtungen einhalten zu können. Als oberste Maxime galt dabei, stabile Netze für unsere Kunden zu gewährleisten, u. a. durch die Bereitstellung und Wartung von Netzwerken, sowie durch die Sicherstellung der Funktionsfähigkeit der Call-Center

und Kundenräume. Selbstverständlich stand dabei die Beachtung der vorgeschriebenen Hygiene- und Schutzmaßnahmen im Fokus.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verpflichtet sich zu einem nachhaltigen Beschaffungs- und Lieferantenmanagement. Dieses beruht auf unseren Geschäftsgrundsätzen und den Prinzipien Integrität, Verlässlichkeit und Transparenz. Wir fördern bei unseren Lieferanten so nicht nur die Einhaltung von Qualitätsstandards für Produkte und Dienstleistungen, sondern auch die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben sowie ethischen, sozialen, Umwelt- und Datenschutzstandards in der gesamten Lieferkette. Wir legen darüber hinaus Wert auf Effizienz und Innovation, gestützt auf neue Technologien und eine möglichst weitgehende Digitalisierung des Beschaffungsprozesses. Die Telefónica Deutschland Gruppe strebt durch faire Partnerschaften eine langfristige Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten an. Dabei ist uns die Förderung des Dialogs – auch zu kritischen Themen – ein besonderes Anliegen.

In vorgelagerten Lieferketten verfügen wir allerdings nur über eingeschränkte Handlungsmöglichkeiten. Die Telefónica Deutschland Gruppe ist zudem kein Produktionsunternehmen. Die zum Einsatz kommenden Endgeräte wie auch die Netzinfrastruktur einschließlich Sendemasten werden nicht vom Unternehmen hergestellt. Ferner ist im Bereich Smartphones und Netzwerkausstattung der globale Markt stark eingeschränkt und die hier agierenden Lieferanten sind kaum austauschbar.



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschaffungspraktiken (103-2;
103-3); Vereinigungsfreiheit und
Kollektivverhandlungen (103-2;
103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit
(103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2;
103-3); Prüfung auf Einhaltung der
Menschenrechte (103-2; 103-3);
Soziale Bewertung der Lieferanten
(103-2; 103-3); Umweltbewertung
der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-12; 412-3; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9

Die Telefónica, S.A. Group engagiert sich in internationalen Multi-Stakeholder-Initiativen für mehr Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette, z. B. als Mitglied der Responsible Minerals Initiative (RMI). Über die Telefónica, S.A. Group gehören wir zudem 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. Mit der Telefónica, S.A. Group arbeiten wir eng zu aktuellen Themen, beim Engagement in den Initiativen, zu Lieferantenaudits sowie Bewertungen von Lieferanten über die EcoVadis-Plattform zusammen.

PROZESSE UND STEUERUNG

Klare Verantwortlichkeiten und Anforderungen für Lieferanten definiert

Die Telefónica Global Services GmbH (TGS) als Tochtergesellschaft der Telefónica, S.A. Group und als Vertragspartner der Telefónica Deutschland Gruppe steuert die Prozesse rund um den Einkauf von Waren und Dienst-

leistungen einschließlich der Registrierung neuer Lieferanten, die Prozesshoheit liegt bei der globalen Gesellschaft Telefónica Compras Electrónicas (TCE). TCE ist verantwortlich für Strategie, Entwicklung und Nutzung der im Beschaffungsprozess eingesetzten E-Commerce-Tools. Der Großteil unserer Lieferanten wird im globalen Einkaufsmodell (MCT) geführt, das den standardisierten Beschaffungsprozess innerhalb der Telefónica, S.A. Group vorgibt. Es wird unterschieden zwischen MCT-Beschaffungsprozessen, die vom Einkauf gesteuert werden, und Non-MCT-Beschaffungsprozessen sowie Low-Value-Einkaufsvorgängen, die ohne Beteiligung des Einkaufs erfolgen.

Die Telefónica Deutschland Gruppe arbeitet weltweit mit den Ländergesellschaften des Konzerns zusammen und steht in engem Austausch mit der TGS und Telefónica, S.A. Group, mit der sie gemeinsame Workshops zur Steuerung der Einkaufsthemen auf globaler und lokaler Ebene durchführt. Die TGS stimmt sich zu Nachhaltigkeit in der Lieferkette bei Bedarf mit den Abteilungen Corporate Responsibility, Compliance, Legal und Datenschutz der Telefónica Deutschland Gruppe ab. Die TGS ist zudem im Menschenrechtskomitee sowie bei Bedarf in den Energie- und Umweltkomitees

vertreten. Über unser zentrales Einkaufssystem stellt die TCE den TGS-Einkäufern mit dem EcoVadis-Score die wichtigsten nachhaltigkeitsbezogenen Parameter bezüglich der Risikolieferanten zur Verfügung. Die CR-Abteilung berichtet dazu an den Chief Officer Legal & Corporate Affairs.

Die Basis für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten bildet die vom Vorstand zum Jahresbeginn 2020 aktualisierte, und Anfang 2021 verabschiedete [Supply Chain Sustainability Policy \(SCSP\)](#), die von der Supplier Management Instruction ergänzt wird. Diese folgen unseren [Geschäftsgrundsätzen](#), orientieren sich an den wichtigsten internationalen Verträgen und Standards und legen umfassende Mindestanforderungen für verantwortliches Wirtschaften gegenüber den Lieferanten und deren Zulieferern fest. Einen vollständigen Überblick zu den inhaltlichen Mindestanforderungen liefert die [Grafik auf S. 61](#). Zu den weiteren Richtlinien, die uns als Handlungsprinzipien für eine nachhaltige Lieferkette dienen, gehören die [Antikorruptionsrichtlinie](#), die [Menschenrechtsrichtlinie](#), die [Beschaffungsrichtlinie für geringen CO₂-Ausstoß](#), die [Energierichtlinie](#) sowie die [Umweltrichtlinie](#) der Telefónica Deutschland Gruppe.

AUSWIRKUNGEN UNSERER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT AUF DIE GESELLSCHAFT

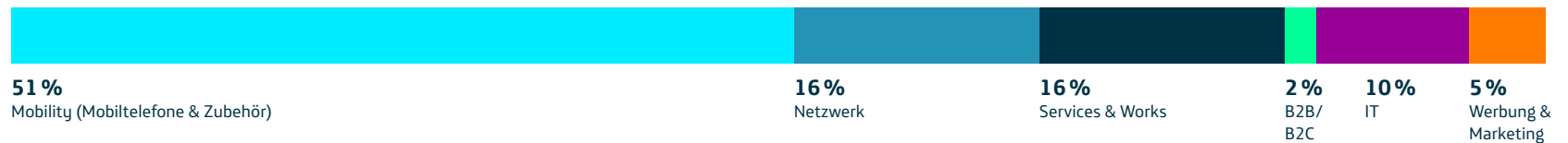
EINKAUFSVOLUMEN IN %/GESAMT

4,123 Mrd. EUR

eingekauft bei 820 Lieferanten

> 76 %

davon eingekauft bei Lieferanten in Deutschland



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

Lieferanten und ihre Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, zur Einhaltung der Mindestanforderungen für nachhaltiges Wirtschaften Fragen zu stellen oder Beschwerden zu melden. Dazu können sie den Kanal auf der [Lieferantenwebsite](#) sowie den [Kanal für menschenrechtsbezogene Beschwerden](#) nutzen oder Kontakt zu einem unabhängigen Anwalt als [Ombudsmann](#) für Korruptionsbekämpfung aufnehmen. Fragen und Beschwerden können anonym oder unter Angabe des Namens eingestellt werden. Alle Anfragen werden vertraulich behandelt und sorgfältig untersucht. Der Lieferant ist angehalten, die TGS so schnell wie möglich zu informieren, wenn er einen Verstoß gegen eine der in der SCSP dargelegten Verpflichtungen in seinem eigenen Betrieb oder in der Lieferkette (einschließlich der Subunternehmer) feststellt.

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Risiken minimieren und Lieferantenleistungen verbessern

Unser nachhaltiges Lieferantenmanagement basiert auf einem vierstufigen Prozess. Dieser ist darauf gerichtet, Risiken in der Wertschöpfung zu identifizieren, diese gemeinsam mit den Lieferanten wirksam zu begrenzen und deren Leistungen auf dem Gebiet der Unternehmensverantwortung zu verbessern. Dafür will die Telefónica Deutschland Gruppe bei ihren Lieferanten Bewusstsein schaffen, das für eine Stärkung des Nachhaltigkeitsmanagements in der Lieferkette notwendig ist.

Schritt 1: Umsetzung von Mindestanforderungen

Alle Lieferanten müssen sich vertraglich zur Einhaltung der in der Supply Chain Sustainability Policy (SCSP) festgelegten Mindestanforderungen für verantwortliches Wirtschaften verpflichten. Sie ist die Basis für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten und die Steuerung des gesamten Lieferkettenmanagements. Neben

den Anforderungen aus der SCSP gelten verbindlich die Allgemeinen Bedingungen für die Lieferung von Waren und Dienstleistungen (General Conditions for the Supply of Goods & Services) sowie die [Antikorruptionsrichtlinie](#).

Den Einkäufern der TGS steht die SCSP über das zentrale Einkaufssystem als eSourcing-Vorlage zur Verfügung. Über das Intranet und über die Einkaufsrichtlinie werden die wichtigsten Neuerungen im Lieferantenmanagement an die zuständigen Mitarbeitenden der TGS und der einkaufenden Fachbereiche kommuniziert. Auch über die Mitarbeiterschulung Energie und Umwelt wird nachhaltige Beschaffung thematisiert.

Im Jahr 2020 hat die Telefónica Deutschland Gruppe damit begonnen, in enger Zusammenarbeit mit der Telefónica, S.A. Group eine Verfahrensweisung zur SCSP für die Fachbereiche, den Einkauf und die CR-Abteilung zu erarbeiten. Diese soll klare operative Verantwortlichkeiten entlang des Einkaufsprozesses (MCT) festlegen. Darüber hinaus soll sie definieren, wie die Regeln der SCSP umgesetzt und ihre Anwendung während der gesamten Vertragslaufzeit nachgehalten werden sollen.

Darüber hinaus haben wir in der Einkaufsrichtlinie der Telefónica Deutschland Gruppe im Berichtsjahr weitere Aspekte eines nachhaltigen Lieferantenmanagements präzisiert. Dazu zählen Regeln zur Anwendung des SuMa-Tools (Supplier Management) für eine transparente Bewertung von strategischen Lieferanten und ihrer Leistungsfähigkeit im Bereich Nachhaltigkeit. Überdies sind dort nunmehr auch die Grundsätze unseres verantwortungsbewussten Beschaffungs- und Lieferantenmanagements sowie die zentralen Nachhaltigkeitsanforderungen auf ethischem, sozialem, ökologischem und datenschutzbezogenem Gebiet verankert. Die neue Einkaufsrichtlinie wird 2021 vom Vorstand freigegeben werden.

UNSER ANSATZ: NACHHALTIGES LIEFERKETTENMANAGEMENT

RISIKOMANAGEMENT

SCHRITT 1

Alle Lieferanten müssen unsere Mindestanforderungen einhalten



SCHRITT 2

Identifizierung von Lieferanten mit hohem Risiko



SCHRITT 3

Leistungsbewertung der Lieferanten mit hohem Risiko



SCHRITT 4

Überprüfung (Audits administrativ oder vor Ort) der Lieferanten mit hohem Risiko



Mit Stand zum Ende des Berichtsjahres 2020 haben über 99 % (Vj. 98 %) unserer vom Einkauf gesteuerten Lieferanten die Antikorruptionserklärung akzeptiert. 100 % der Lieferanten haben sich zur Einhaltung der Supply Chain Sustainability Policy verpflichtet. Damit berücksichtigen wir Nachhaltigkeitskriterien bei unserem gesamten Einkaufsvolumen, welches über unser Telefónica Einkaufsmodell (MCT) läuft. Bis Ende 2023 wollen wir auch Lieferanten integrieren, die sich noch außerhalb dieses Einkaufsprozesses befinden (Non-MCT).

GRI Managementansätze:
Beschaffungspraktiken (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); Soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); Umweltbewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); GRI 412-3; 414-1; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9

MINDESTANFORDERUNGEN FÜR VERANTWORTLICHES WIRTSCHAFTEN, DIE IN DER SUPPLY CHAIN SUSTAINABILITY POLICY DEFINIERT SIND

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschaffungspraktiken (103-2;
103-3); Vereinigungsfreiheit und
Kollektivverhandlungen (103-2;
103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit
(103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2;
103-3); Prüfung auf Einhaltung der
Menschenrechte (103-2; 103-3);
Soziale Bewertung der Lieferanten
(103-2; 103-3); Umweltbewertung
der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-9

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9



ETHISCHE KRITERIEN

Einhaltung internationaler Abkommen,
nationaler und lokaler Gesetze

Negative Auswirkungen auf
Menschenrechte identifizieren,
vermeiden und mindern

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

Verbot von Gewalt und Belästigung
am Arbeitsplatz

Vereinigungsfreiheit und Recht
auf Kollektivverhandlungen

Vielfalt, Chancengleichheit, Inklusion
und Nichtdiskriminierung

Sicherheits- und
Gesundheitsbedingungen

Ausschluss von Konfliktmineralien



UMWELTKRITERIEN

Einhaltung aller Gesetze

Lebenszyklus und präventives Handeln

Dokumentierte Umweltrichtlinie

Umweltmanagement gemäß
ISO 14001

Maßnahmen gegen
Klimawandel und Reduktion von
Treibhausgasemissionen

Abfallmanagement, Vermeidung
von Einwegplastik, Eco-Rating

Umgang mit gefährlichen Substanzen
und chemischen Produkten

Ökologische Effizienz beim Verbrauch
von Materialien, Ressourcen und
Emissionen

Umweltschulungen



DATENSCHUTZ, VERTRAULICHKEIT VON INFORMATIONEN UND MEINUNGSFREIHEIT

Einhaltung international und national
geltender Datenschutzgesetze
(Datenschutz-Management-System)

Richtlinien für künstliche Intelligenz

Technische und organisatorische
Maßnahmen

Recht auf Privatsphäre und
Meinungsfreiheit

MELDESTELLEN FÜR LIEFERANTEN UND BETROFFENE

Lieferanten und ihre Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, zur Einhaltung der vorgenannten Mindestanforderungen für nachhaltiges Wirtschaften Fragen zu stellen oder Beschwerden zu melden, und zwar über unseren vertraulichen Kanal auf der [Lieferantenwebsite](#), durch unseren Kanal für Menschenrechtsbeschwerden und durch die Kontaktaufnahme mit einem unabhängigen Anwalt als Ombudsmann für Korruptionsbekämpfung.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschaffungspraktiken (103-2;
103-3); Vereinigungsfreiheit und
Kollektivverhandlungen (103-2;
103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit
(103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2;
103-3); Prüfung auf Einhaltung der
Menschenrechte (103-2; 103-3);
Soziale Bewertung der Lieferanten
(103-2; 103-3); Umweltbewertung
der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-9; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9

Schritt 2: Identifizierung von Hochrisiko- Lieferanten

Wir konzentrieren uns auf die Lieferanten, die hinsichtlich ihres potenziellen Risikoniveaus und der Auswirkungen auf unser Geschäft gemessen am Auftragsvolumen am bedeutendsten sind. Durch das systematische Monitoring und die Bewertung potenzieller Hochrisikolieferanten durch die Telefónica, S.A. Group im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte tragen wir zur Minimierung von nichtfinanziellen Risiken bereits zu Beginn der Geschäftsbeziehung bei. Der Risikoanalyse liegen dabei drei Kriterien zugrunde.

Erstes Kriterium: Es erfolgt zunächst eine Bewertung des möglichen Risikoniveaus der gelieferten Produkte und Dienstleistungen unter Berücksichtigung der von uns definierten Mindestanforderungen für Nachhaltigkeitsaspekte in unserer Lieferkette. Dazu zählen insbesondere Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt, Menschenrechte (Kinder-/Zwangsarbeit), Mineralien aus Konfliktzonen, Privatsphäre und Datenschutz sowie Kundenversprechen.

Zweites Kriterium: Wir gewichten das Risiko nach der Herkunft der Dienstleistung oder des Produkts sowie seiner Komponenten. Als Referenz ziehen wir etwa für den Bereich Menschenrechte den „[Human Rights Index](#)“ von Verisk Maplecroft heran, der uns den Grad des Risikos für die verschiedenen Länder aufzeigt.

Drittes Kriterium: Hier wird das Risiko einer möglichen Auswirkung auf die Reputation unseres Unternehmens gewichtet. Dabei gilt die Annahme, dass die Auswirkungen umso größer sind, je enger die Beziehung zwischen Dienstleistung bzw. Produkt und Telefónica ist.

Die Risikoanalyse wird zu Beginn jeden Jahres für die Telefónica, S.A. Group für alle Lieferanten basierend auf den belieferten Produktgruppen durchgeführt. Die Telefónica Deutschland Gruppe nimmt gleichfalls regelmäßig tiefergehende Risikoanalysen in der Lieferkette vor, beispielsweise für die Wertschöpfung in der Produktgruppe Mobiltelefone und Zubehör, die 2019 erfolgte. Neben der Belastung der Umwelt durch Chemikalien und hohen Energieverbrauch waren hier beim Abbau von produktionswichtigen Rohstoffen wie Zinn, Kobalt oder Gold auch menschenrechtliche Risiken zu identifizieren. Im Berichtsjahr haben wir eine menschenrechtsbezogene Risikoanalyse für die Produktgruppe Services & Works sowie ein internes Human Rights Assessment zur Risikoidentifizierung für die Telefónica Deutschland Gruppe als Unternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse stellen wir auf unserer [Website zum Thema Menschenrechte](#) zur Verfügung. Für die kommenden Jahre ist die Einbeziehung weiterer Produktgruppen in die Risikoanalyse geplant. Ausführlichere Informationen zu diesem Thema sind im [Kapitel 3.5](#) verfügbar.

Unterschieden wird nach Lieferanten mit geringem, mittlerem und hohem Risiko. Stellen wir bei Lieferanten ein hohes Risiko fest, werden diese von uns zur Teilnahme am EcoVadis-Assessment aufgefordert (vgl. Schritt 3).

Wir haben im Berichtsjahr 98 (Vj. 69) von 820 Lieferanten (Vj. 723) als potenzielle Hochrisikolieferanten identifiziert.

Schritt 3: Bewertung der Leistung unserer Lieferanten

In einem nächsten Schritt überprüfen wir finanzielle und nichtfinanzielle Risiken derjenigen potenziellen Risikolieferanten, die in der ersten Analyse identifiziert wurden. Wir stützen uns dabei auf die EcoVadis-Selbstbewertungsplattform, die eine 360°-Bewertung auf der Grundlage von 21 Nachhaltigkeitskriterien bietet, einschließlich des Gebiets Konfliktmineralien. Die Lieferantenbewertungen aus EcoVadis sind in unserer Beschaffungsplattform integriert, welche es unseren Einkäufern in den verschiedenen Ländern



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Beschaffungspraktiken (103-2;
103-3); Vereinigungsfreiheit und
Kollektivverhandlungen (103-2;
103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit
(103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2;
103-3); Prüfung auf Einhaltung der
Menschenrechte (103-2; 103-3);
Soziale Bewertung der Lieferanten
(103-2; 103-3); Umweltbewertung
der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-9; 412-2; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9

ermöglicht, Informationen online einzusehen. Als Hochrisikolieferant gilt ein Geschäftspartner, wenn er weniger als 25 von 100 möglichen Punkten in der EcoVadis-Bewertung erzielt.

Wenn ein Lieferant das geforderte Leistungslevel nicht erreicht oder nicht in der Lage ist, die angeforderten Informationen zu liefern, verlangen wir von ihm die Umsetzung von Verbesserungsplänen zur Erfüllung unserer Standards. Der Account wird gesperrt, wenn der Lieferant etwa Probleme hat, die Konditionen des vorgelegten Angebots einzuhalten, Unregelmäßigkeiten bei der Lieferung des Produkts oder der Erbringung der Dienstleistung auftreten oder wenn Mindestanforderungen zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette nicht erfüllt werden. Die Blockierung eines Lieferanten ist zunächst temporär, kann aber zur dauerhaften Beendigung der Geschäftsbeziehung führen, wenn die ausschlaggebenden Gründe bestehen bleiben oder sich Verstöße systematisch wiederholen. Die Details sind in der globalen Supplier Management Instruction geregelt.

26 % der identifizierten potenziellen Hochrisikolieferanten sind in EcoVadis bewertet. Damit erhalten wir die Möglichkeit, konkrete Verbesserungsmaßnahmen einzufordern und deren Umsetzung nachzuhalten. 18 der potenziellen Hochrisikolieferanten verfügen bereits über Aktionspläne zur Verbesserung. Dies entspricht 18 % der Hochrisikolieferanten. Insgesamt liegt uns bei 71 Lieferanten (2019: 38) von den 112 in EcoVadis registrierten Lieferanten (über alle potenziellen Risikostufen) für das Jahr 2020 ein Assessment zu Nachhaltigkeitsaspekten vor.

Unser Ziel ist es langfristig, dass 100 % der Hochrisikolieferanten eine EcoVadis-Bewertung aufweisen. Bis zum Jahr 2025 wollen wir erreichen, dass alle potentiellen Hochrisikolieferanten über Aktionspläne zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung verfügen und danach handeln.

Wir konnten zudem im Berichtsjahr die Zahl von Lieferantenwertungen über SuMa (Supplier Management der TGS) steigern: So wurden 54 Bewertungen bei 32 Lieferanten durchgeführt, während im Jahr zuvor 44 Bewertungen bei 25 Lieferanten vorgenommen wurden. Auch im SuMa-Prozess werden EcoVadis-Bewertungen betrachtet und ausgewertet.

Schritt 4: Audits bei Hochrisiko-Lieferanten

Wenn wir uns für eine Zusammenarbeit mit Hochrisikolieferanten entscheiden, überprüfen wir nach Bedarf deren Handeln und insbesondere die Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen durch Audits vor Ort. Dies betrifft alle Nachhaltigkeitsaspekte einschließlich der Achtung der Menschenrechte. Hier setzen wir auf die Kooperation mit 17 weiteren Unternehmen aus der Informations- und Kommunikationstechnologie, die in der Initiative JAC zusammengeschlossen sind. Die Audits von JAC umfassten im Jahr 2020 Produktionsstätten in Asien, Lateinamerika und Osteuropa. In diesem Bereich arbeiten wir eng mit der Telefónica, S.A. Group zusammen, können Vorschläge für Audits einbringen, überprüfen gemeinsam Verbesserungspläne und führen den Dialog mit Lieferanten.

Im Jahr 2020 wurden über JAC bei 60 Telefónica Lieferanten und/oder Herstellern in der Lieferkette Vor-Ort-Audits durchgeführt. Davon wurden mit 34 Lieferanten entsprechende Verbesserungspläne erstellt, um die identifizierten Risiken zu beheben. Dies betraf soziale Themen wie die Regelung von Arbeitszeiten sowie Gesundheits- und Sicherheitsaspekte, z. B. die Bereitstellung von Notausgängen, Beleuchtung und persönlicher Schutzausrüstung. Im Umweltbereich wurde das Management von Gefahrstoffen und Abfällen sowie die Reduzierung von Treibhausgasemissionen als risikorelevant eingestuft.

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im Jahr 2020 darüber hinaus eigene lokale Audits durchgeführt. Dies betraf drei Vor-Ort-Überprüfungen bei Risikolieferanten in den Bereichen Sicherheit, Privatsphäre und Datenschutz sowie bezüglich der Thematik Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz. Von den drei Lieferanten wurden Verbesserungspläne erarbeitet und umgesetzt. Darüber hinaus wurden sieben weitere Audits im Bereich Datenschutz durchgeführt, die keinen Vor-Ort-Bezug hatten.



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze: Beschaffungspraktiken (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); Soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); Umweltbewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); GRI 102-9

UNGC-Prinzip 1, 2, 5, 7, 8, 9

Besondere Verantwortung im Umgang mit Konfliktmineralien

Ein besonderes Anliegen ist es uns, menschenrechtliche Risiken in unserer Lieferkette zu minimieren, die mit der Verwendung von sogenannten Konfliktmineralien wie Zinn, Tantal, Wolfram und Gold einhergehen, deren Abbau und Verkauf für die Finanzierung bewaffneter Auseinandersetzung in Krisengebieten genutzt wird.

Hier stützen wir uns zum einen auf die globalen Aktivitäten der Telefónica, S.A. Group, die auch den Rahmen für unser Handeln setzen. Obwohl keine direkten Geschäftsbeziehungen zu Schmelzhütten oder Raffinerien in der vorgelagerten Lieferkette bestehen, stärkt der Konzern kontinuierlich die Kontrolle über die Verwendung dieser Mineralien in seiner gesamten Wertschöpfungskette. Dazu gehört vor allem die Implementierung der von der OECD verabschiedeten „Due Diligence Guidelines for Responsible Supply Chains for Minerals from Conflict-affected and High-risk Areas“, die auch für die Lieferanten maßgeblich ist. Ziel ist es, die Rückverfolgbarkeit von 3TG-Mineralien (Zinn, Tantal, Wolfram und Gold) aus Konfliktgebieten sicherzustellen und die Risiken für Menschenrechtsverletzungen zu mindern. Darüber hinaus erfüllt die Telefónica, S.A. Group den Abschnitt 1502 des Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act in den USA. In der nachgelagerten Lieferkette arbeiten wir im Bereich Hardware-Recycling mit einer in Europa angesiedelten Schmelzhütte zusammen.

Risikobehaftete Lieferanten werden über die EcoVadis-Plattform bewertet, insbesondere hinsichtlich der Implementierung von Richtlinien und Due-Diligence-Prozessen zu Konfliktmineralien sowie von Risikominderungsmaßnahmen. Die Umsetzung der Maßnahmen wird erforderlichenfalls über Audits geprüft. Zudem engagiert sich die Telefónica, S.A. Group als Mitglied in der Responsible Minerals Initiative und der Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA) für Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette. Darüber hinaus führt sie weltweit zahlreiche Kurse, Workshops und Kommunikationsmaßnahmen für Lieferanten sowie Mitarbeitende durch, um diese zu schulen und für die Thematik zu sensibilisieren.

Auch die Telefónica Deutschland Gruppe nimmt in diesem Kontext ihre Lieferanten in die Pflicht und hat eine entsprechende Vorgabe zum Umgang mit Konfliktmineralien in ihrer Supply Chain Sustainability Policy verankert. Kernpunkte sind gleichfalls die Einhaltung des Dodd-Frank Act und der OECD-Leitsätze für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht bei Lieferketten, die Konfliktmineralien einschließen. Wenn wir dies verlangen, muss der Lieferant die Conflict-Minerals-Berichtsvorlage (Conflict Minerals Reporting Template (CRMT)) der Responsible Minerals Initiative (RMI) oder einen ähnlichen von Telefónica akzeptierten Fragebogen ausfüllen, um so die Transparenz über den Ursprung dieser Art von Mineralien in unserer Wertschöpfungskette zu verbessern.

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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

- Über 99 % unserer vom Einkauf gesteuerten Lieferanten haben die Antikorruptionserklärung akzeptiert.
- 100 % der Lieferanten haben sich zur Einhaltung unserer Supply Chain Sustainability Policy verpflichtet. Damit werden Nachhaltigkeitskriterien in unserem gesamten Einkaufsvolumen berücksichtigt, welches über das Telefónica Einkaufsmodell MCT gesteuert wird.
- Wir haben unsere Einkaufssysteme und -prozesse beginnend mit der Lieferantenregistrierung konsequent digitalisiert und die anzuwendenden Nachhaltigkeitskriterien auf Basis der im Jahr 2020 aktualisierten Supply Chain Sustainability Policy konkretisiert.
- In enger Zusammenarbeit mit der Telefónica, S.A. Group haben wir das Monitoring von Risikolieferanten ausgebaut und die Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen bei Hochrisikolieferanten auf Basis der EcoVadis-Plattform und der JAC-Audits vorangetrieben.
- Für zwei der umfangreichsten Einkaufsbereiche – Mobiltelefone sowie Dienstleistungen – haben wir menschenrechtliche Risikoanalysen durchgeführt.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht im Fokus

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Menschenrechte wahren und Risiken eindämmen

Die Wahrung von Menschenrechten ist für Wirtschaft und Gesellschaft ein zentrales Thema und steht immer häufiger im Blickpunkt öffentlicher Debatten. Risiken für Verstöße und tatsächliche Menschenrechtsverletzungen wie Kinder- oder Zwangsarbeit sind dabei nicht nur in globalen Lieferketten und Produktionsstätten von Entwicklungs- und Schwellenländern anzutreffen. Auch die Industrieländer sind keineswegs vor menschenrechtlichen Risiken gefeit, sei es etwa hinsichtlich der Diskriminierung von Personen oder der Verletzung der Privatsphäre und des Datenschutzes.

Auf internationaler Ebene tragen eine Reihe von Abkommen und Verträgen dazu bei, die Bedeutsamkeit

von Menschenrechtsthemen zu unterstreichen, sowie Staat und Unternehmen zum Handeln zu verpflichten. Dazu gehören nicht nur die UN-Menschenrechtscharta und die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Auch die Prinzipien des UN Global Compact und die SDGs zielen ausdrücklich auf die Verbesserung der Menschenrechtssituation ab, insbesondere SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum. Hinzu tritt in jüngster Zeit eine zunehmende Regulierung von Menschenrechtsthemen auf nationaler Ebene, wie sie beispielsweise in dem in Kürze zu verabschiedenden Sorgfaltspflichtengesetz in Deutschland zum Ausdruck kommt.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verpflichtet sich, die Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette zu achten und zu schützen. Sie folgt dabei nicht nur den regulatorischen Anforderungen, sondern

auch ihrem eigenen Werteverständnis, das in den [Geschäftsgrundsätzen](#) verankert ist.

Wir bekennen uns zu den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen. In Ergänzung zu unseren Geschäftsgrundsätzen, unserem [Human Rights Commitment](#) und dem [Digitalen Manifest](#) bekennen wir uns auch im Rahmen unserer [Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte](#) und zu den Zielen des „Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte (NAP)“ der Bundesregierung. Jede Form der Kinder- oder Zwangsarbeit lehnen wir ab und wir respektieren das Recht auf Zugehörigkeit zu einer gewerkschaftlichen Organisation. Wir treten ein für Chancengleichheit und Gleichbehandlung aller Menschen unabhängig von Hautfarbe, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Geschlecht oder sexueller Orientierung.

Die Identifikation und Überwachung der Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette und an den eigenen Standorten ist für uns besonders wichtig, um das Eintreten von gesetzlicher Haftung und Sanktionsmechanismen schon im Ansatz zu vermeiden. Eine effiziente Compliance im Menschenrechtsbereich dient darüber hinaus unserer Reputation und Wettbewerbsfähigkeit. Zudem betrachten wir, wie Digitalisierung und mobile Kommunikation zur Förderung der Menschenrechte und zur Verbesserung der Lebensqualität beitragen können und wo diese potenziell einschränkend hinsichtlich der Privatsphäre, der Meinungsfreiheit, der Gleichheit und der Qualität der Beschäftigung wirken.

GRI Managementansätze:
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3);
Kinderarbeit (103-2; 103-3);
Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3);
Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3);
soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-16

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); GRI 102-16; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6

Wir sind davon überzeugt, dass die Bewertung und das Management der Auswirkungen unserer Tätigkeit auf die Menschenrechte von grundlegender Bedeutung für die Nachhaltigkeit unseres Geschäfts sind. Die Telefónica, S.A. Group ist bereits 2002 dem UN Global Compact beigetreten und arbeitet engagiert mit allen Ländergesellschaften daran, die damit verbundenen Verpflichtungen zu erfüllen. 2006 haben wir aus dieser Verpflichtung heraus die Achtung der Menschenrechte zu einem Eckpfeiler unserer Geschäftsgrundsätze gemacht. Mit unserem eigenständigen Beitritt als deutsche Ländergesellschaft zum UN Global Compact im Jahr 2020 haben wir unseren Anspruch und die Verpflichtung zu einer verantwortungsvollen Menschenrechtspolitik nochmals untermauert.

PROZESSE UND STEUERUNG

Managementsystem zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht

Für die Überprüfung der Einhaltung und Umsetzung unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht trägt der Vorstand der Telefónica Deutschland Gruppe die Verantwortung.

Wir haben im Jahr 2020 ein abteilungsübergreifendes Menschenrechtskomitee gegründet, das fachbereichsübergreifend das Thema vorantreibt und dazu im kontinuierlichen Austausch mit dem Vorstand steht. Vertreten sind die Abteilungen Corporate Responsibility, Compliance, Legal und Kapitalmarktrecht, Datenschutz, Human Resources und jeweils ein Vertreter der Telefónica, S.A. Group und der Einkaufsgesellschaft Telefónica Global Services (TGS). Die Mitglieder, die als zentrale Ansprechpartner und Berater für alle Mitarbeitenden – auch für verbundene Unternehmen – zur Verfügung stehen, übernehmen entsprechend ihres Bereichs weitere Aufgaben. So verantwortet TGS beispielsweise die Kommunikation zu Sozial- und Umweltstandards an die Lieferanten, die Legal-Abteilung

integriert und prüft das Thema Menschenrechte in Verträgen. Der CR-Abteilung obliegt die Steuerung des Menschenrechtskomitees und die Durchführung von menschenrechtsbezogenen Risikoanalysen. Mit dem Menschenrechtskomitee erreichen wir eine schnelle Handlungsfähigkeit, wenn es um die Beantwortung oder Behandlung von gemeldeten menschenrechtsrelevanten Vorfällen in unserem Menschenrechtsmeldekanal oder um notwendige Anpassungen von Managementansätzen und Policies geht. Es gewährleistet zudem das Monitoring unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht im Unternehmen, so u. a. zur Funktionsweise des Beschwerdemechanismus.

Unser Managementsystem zum Schutz der Menschenrechte verfügt über einen konzeptionellen Überbau. Dieser stellt den Prozess zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht (Human Rights Due Diligence System) in den Mittelpunkt und richtet sich dabei an den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte aus. Der Prozess beinhaltet fünf Bausteine, die auch im Rahmen der NAP-Anforderungen formuliert sind:

1. Richtlinie und Grundsatzerklärung
2. Risikoanalysen zur Bewertung der Auswirkungen und Bestimmung der menschenrechtlichen Handlungsfelder
3. Integration der Ergebnisse in die Prozesse und Festlegung von Maßnahmen
4. Monitoring und Reporting
5. Beschwerde- und Abhilfemechanismen

So ist die Erfüllung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten ein weiterer wesentlicher Ansatz zur Stärkung unserer nachhaltigen Unternehmensführung. Das Prinzip der Sorgfaltspflicht als Grundlage gewissenhaften Handelns ist ein eingeführtes Instrument auch in anderen Rechtsgebieten und wird bereits auf die Bewertung unternehmerischen Agierens angewendet.

Die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte konkretisieren das Konzept im Zusammenhang mit möglichen und tatsächlichen Auswirkungen von unternehmerischer Tätigkeit auf die Menschenrechte im globalen Maßstab und stellen den aktuellen internationalen Referenzrahmen für Wirtschaft und Menschenrechte dar. Das sich daraus ableitende Konzept des Human Rights Due Diligence System sieht vor, dass Unternehmen Verfahren etablieren, um ihre möglichen und tatsächlichen negativen Auswirkungen auf Menschen zu ermitteln und Maßnahmen zu ergreifen, um solchen Auswirkungen vorzubeugen und sie zu vermeiden, zu beenden oder auch wiedergutzumachen, sofern bereits Schäden eingetreten sind.

Zu den Ergebnissen unseres Menschenrechtsansatzes nach diesem Prinzip sollen stabile Lieferketten und bessere Beziehungen zu Lieferanten, der leichtere Zugang zu Investitionen und Finanzmitteln, die Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitenden, neue Partnerschaften und Kooperationen vor Ort sowie unser Beitrag zu Wertschöpfung und Innovation gehören.

Die Verantwortung zur Achtung der Menschenrechte haben wir bereits seit vielen Jahren auch auf unsere Lieferanten und Zulieferer ausgeweitet. Die Mindestanforderungen für unsere Lieferanten und Zulieferer zur Einhaltung der Menschenrechte legen wir in der Supply Chain Sustainability Policy dar. Mehr Informationen dazu finden sich im [Kapitel 3.4](#).

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3);
Kinderarbeit (103-2; 103-3);
Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3);
Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3);
soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3);
GRI 102-16; 412-3; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Der Human Rights Due Diligence Process in der Umsetzung

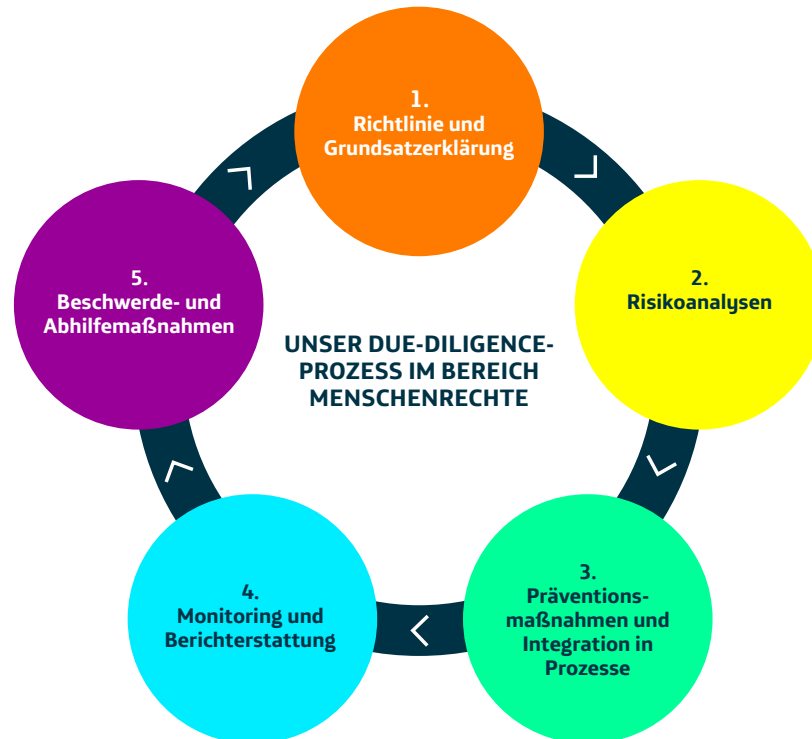
1. Policy: Menschenrechtsrichtlinie und Grundsatzzerklärung

Die Telefónica Deutschland Gruppe bekennt sich in einer **Grundsatzzerklärung zur Achtung der Menschenrechte** und zur Verantwortung für ihre Wertschöpfungskette. Bestandteil der Grundsatzzerklärung sind die Orientierung an den international anerkannten menschenrechtlichen Rahmenwerken und Standards, die intern und für unsere Geschäftspartner geltenden Leitlinien, die Bedeutung von menschenrechtlichen

Risikoanalysen, die Festlegung auf neun menschenrechtliche Handlungsfelder, Beschwerdemechanismen, Strukturen und Verantwortlichkeiten im Unternehmen sowie Reporting-Prinzipien.

Die **Menschenrechtsrichtlinie** der Telefónica Deutschland Gruppe konkretisiert die Verpflichtungen unseres Unternehmens zur Wahrung der Menschenrechte. Im Einzelnen wird auf die Handlungsleitlinien gegenüber maßgeblichen Stakeholdergruppen wie den Kunden, den Mitarbeitenden, der Gesellschaft und den Geschäftspartnern eingegangen, außerdem werden die Arbeitsschritte im Rahmen des Human Rights Due Diligence Process erläutert.

UNSER DUE-DILIGENCE-PROZESS



2. Impact Assessments: menschenrechtliche Risiken und Handlungsfelder bestimmen

Die Telefónica Deutschland Gruppe betrachtet menschenrechtliche Risiken aus zwei Blickwinkeln. Bei der Inside-Out-Perspektive geht es um die menschenrechtlichen Risiken, die von der Geschäftstätigkeit des Unternehmens ausgehen. Bei der Outside-In-Perspektive werden die Risiken untersucht, die von außen auf die Geschäftstätigkeit einwirken können.

Die Telefónica, S.A. Group führte zuletzt 2013 und 2018 auf globaler sowie auf Länderebene Impact Assessments durch. Zusätzlich nimmt die Telefónica Deutschland Gruppe eine jährliche Risikoanalyse im Rahmen des unternehmensweiten Risikomanagementprozesses vor. Das Assessment im Jahr 2020 ergab keine gravierenden menschenrechtlichen Risiken für die Telefónica Deutschland Gruppe, was vor allem auf das effiziente Managementsystem sowie risikominimierende Richtlinien und Maßnahmen zurückgeführt werden kann.

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat ihre bisherigen Bestrebungen durch eigene menschenrechtliche Risikoanalysen für bestimmte Produktgruppen erweitert: im Jahr 2018 die Analyse für Mobiltelefone und Zubehör sowie im Jahr 2020 für den Bereich Services & Works. Diese orientierten sich an den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und den Vorgaben der fünf Kernelemente des Nationalen Aktionsplans für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP). Die Ergebnisse der Risikoanalyse aus dem Jahr 2018 können auf unserer Website www.telefonica.de/menschenrechte eingesehen werden. Zu unserem Umgang mit den Ergebnissen informiert weiter unten der Abschnitt „Umgesetzte Maßnahmen aus der Risikoanalyse für Produktgruppe ‚Mobility‘“.

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

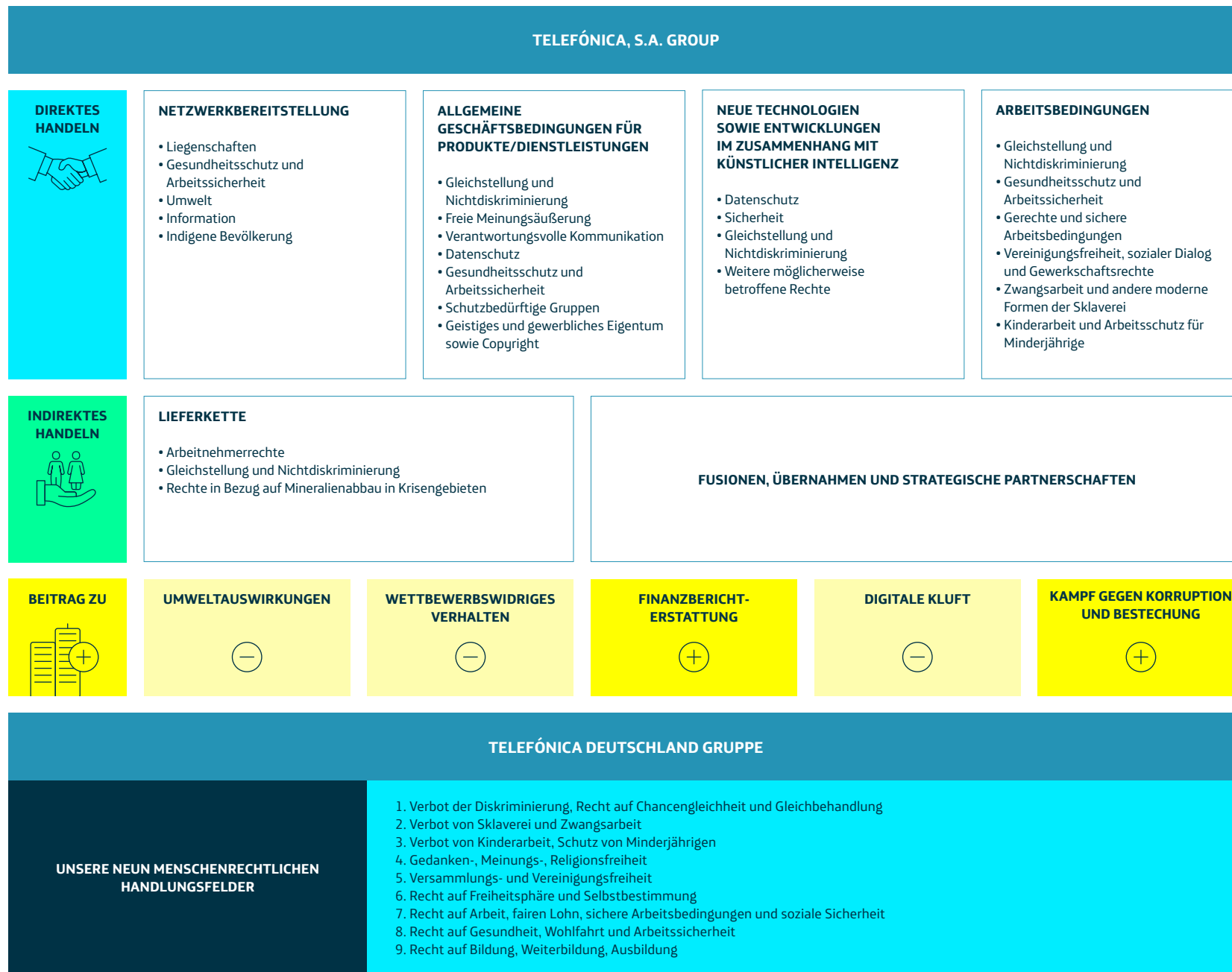
3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze:
Vereinigungsfreiheit und Tarif-
verhandlungen (103-2; 103-3);
Kinderarbeit (103-2; 103-3);
Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2;
103-3); Prüfung auf Einhaltung der
Menschenrechte (103-2; 103-3);
soziale Bewertung der Lieferanten
(103-2; 103-3); GRI 102-16; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6

PRIORITÄTEN FÜR TELEFÓNICA IM BEREICH MENSCHENRECHTE



3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

**Analyse von Menschenrechtsthemen für
Produktgruppe „Services & Works“**

Im Jahr 2020 haben wir für die Produktgruppe „Services & Works“ eine menschenrechtliche Risikoanalyse durchgeführt, in deren Fokus die Dienstleistungsprozesse standen. Ziel war, eine hohe Transparenz herzustellen, um menschenrechtliche Risiken zu ermitteln und präventive Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen. Diese Produktgruppe haben wir ausgewählt, da sie einen großen Anteil an unserem gesamten Einkaufsvolumen einnimmt.

Zunächst haben wir die relevanten Dienstleister ermittelt und die Branchen Logistik, Immobilienakquise, Reinigung, Instandhaltung, Gebäudedienstleistungen, Energieversorgung, Kundenservice und Callcenter, HR- und Prozessberatung, Zeitarbeit sowie die Installation und Wartung der Telekommunikationsinfrastruktur untersucht. Für die Ermittlung der Risiken wurden u. a. Interviews mit Experten durchgeführt. Auf dieser Grundlage wurden zu fokussierende Dienstleistungsbranchen identifiziert.

Abschließend erfolgte die Ableitung von risikominimierenden Handlungsempfehlungen und eine Priorisierung im Menschenrechtskomitee. Zu risikobegünstigenden Faktoren zählen dabei undurchsichtige Subunternehmerstrukturen, Scheinselbstständigkeit oder Schwarzarbeit. Diese tragen in manchen Dienstleistungsbranchen zu prekären Arbeitsbedingungen bei, wie etwa zu geringer Entlohnung, Verstößen gegen Arbeitszeitregelungen und Gefährdungen der Gesundheit. Die Umsetzung der hier definierten konkreten Maßnahmen zur Minimierung der Risiken steht im Jahr 2021 an.

PRIORISIERTE BRANCHEN, MENSCHENRECHTLICHE RISIKEN UND RISIKOBEGÜNSTIGENDE FAKTOREN



GRI Managementansätze:
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3);
Kinderarbeit (103-2; 103-3);
Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3);
soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); GRI 102-16; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

GRI Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3); Kinderarbeit (103-2; 103-3); Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3); soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); GRI 102-16; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6

3. Ergebnisse der Risikoanalysen nutzen

Wir integrieren die Schlussfolgerungen aus den Risikoanalysen in unsere Prozesse und legen Maßnahmen zu prioritären Themen fest. Dies gilt in erster Linie für die Managementansätze in den Fachbereichen Human Resources, Legal, Security, Marketing, Kommunikation und Operations sowie für Mitarbeiterschulungen zum Thema Menschenrechte. Grundlegende Menschenrechtsrisiken nehmen wir in das Risikomanagementsystem (Risikoregister) der Telefónica Deutschland Gruppe auf. Wir führen auch weiterhin in den nächsten Jahren spezifische Risikoanalysen für bestimmte Aspekte oder Produktgruppen durch, dazu zählen etwa die Bereiche Netzwerk und künstliche Intelligenz oder Menschenrechtsthemen wie Kinderrechte, Privatsphäre und Meinungsfreiheit.

4. Monitoring und Reporting

Die analysierten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf das Thema Menschenrechte werden von uns kontinuierlich überwacht und sind dafür in das Risikoregister des Unternehmens aufgenommen worden. Die Impact Assessments werden zudem durch die Telefónica, S.A. Group regelmäßig in einem Vier-Jahres-Abstand und auf Seiten der Telefónica Deutschland Gruppe ungefähr in einem zweijährigen Rhythmus bezogen auf die einzelnen Produktgruppen aktualisiert.

Wir engagieren uns überdies in Multistakeholder-Initiativen wie dem UN Global Compact und der Global Network Initiative (GNI) mit dem Ziel, die Trends und Erwartungen im Bereich Menschenrechte sowohl für unsere Branche als auch für die Länder aufzunehmen, in denen die Telefónica, S.A. Group tätig ist. In Deutschland gilt dies für das hiesige UN Global Compact Netzwerk. Das Engagement der Telefónica, S.A. Group für Meinungsfreiheit und Datenschutz ist 2020 in einer Unternehmensbewertung der GNI besonders positiv gewürdigt worden.

In einem jährlichen Bericht an den Vorstand der Telefónica Deutschland Gruppe fasst das Menschenrechtskomitee Informationen zu aktuellen menschenrecht-

lichen Entwicklungen in Politik und Gesellschaft sowie in unserem Unternehmen zusammen. Darüber hinaus berichten wir transparent zu Menschenrechtsthemen in unserem jährlichen CR-Report und stellen dazu aktuelle Informationen über die [Microsite auf unserer Unternehmenswebsite](#) zur Verfügung.

5. Beschwerdemechanismus für alle Stakeholder

Trotz der von uns implementierten Maßnahmen zum Schutz der Menschenrechte können Verstöße nicht vollständig ausgeschlossen werden oder gelangen nicht ausreichend zu unserer Kenntnis. Die Telefónica Deutschland Gruppe stellt ihren Stakeholdern den Meldekanal humanrights-de@telefonica.com für Beschwerden und Hinweise zu Menschenrechtsverstößen zur Verfügung. Dieser Kanal steht jedem offen, unabhängig vom Bestehen oder der Art der vertraglichen oder geschäftlichen Beziehung mit der Telefónica Deutschland Gruppe oder mit ihr verbundener Unternehmen. Parallel dazu ist es jederzeit möglich, sich über eine [Confidential Helpline](#) an den Ombudsmann der Telefónica Deutschland Gruppe zu wenden. Meldungen werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Die Einhaltung unserer Datenschutzrichtlinien hat auch hier höchste Priorität. Die Anfragen werden in der Regel im Menschenrechtskomitee unseres Unternehmens behandelt, um innerhalb einer angemessenen Zeit eine Lösung und Antwort zu finden. Im Jahr 2020 sind keine menschenrechtsbezogenen Beschwerden bei uns eingegangen.

Spezifische Schulungen sensibilisieren für Menschenrechtsthemen

Neben den für alle Mitarbeitenden verpflichtenden Schulungen zu den Geschäftsgrundsätzen, die auch Menschenrechtsthemen beinhalten, haben wir im Berichtsjahr konzernweite spezifische Menschenrechtstrainings in Form von 90-minütigen Onlineworkshops durchgeführt. Neben der Vermittlung allgemeiner Hintergrundinformationen zur Menschenrechts-

situation in der Telekommunikationsbranche wurden diese Onlineworkshops individuell auf die Bedarfe der verschiedenen Unternehmensbereiche abgestimmt. Der inhaltliche Schwerpunkt lag beispielsweise auf den Themen Schutz der Privatsphäre und Meinungsfreiheit und der Einbeziehung von Menschenrechten in die Netzwerkbereitstellung, Wartung und auch in das Produktdesign. Letzteres ist insbesondere bei neuen Technologien wie künstlicher Intelligenz bedeutsam, deren bestehenden menschenrechtlichen Herausforderungen wir mit der [Etablierung eigener ethischer Standards](#) aktiv begegnen wollen.

Umgesetzte Maßnahmen aus der Risikoanalyse für Produktgruppe „Mobility“

Im Jahr 2018 haben wir die Produktgruppe der Mobiltelefone und des Mobiltelefonzubehörs bezüglich menschenrechtlicher Risiken analysiert. Zu den wichtigsten Schlussfolgerungen gehörte, dass wir uns verstärkt in den Arbeitsgruppen der Multistakeholder-Initiativen engagieren werden, die sich insbesondere mit den rohstoffbezogenen Menschenrechtsrisiken befassen. Den Rahmen dafür bietet die Mitgliedschaft der Telefónica, S.A. Group in der Responsible Business Alliance, der Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade und der Joint Audit Cooperation.

Im Jahr 2020 haben wir als Konsequenz aus der Risikoanalyse die Zusammenarbeit zum Thema Menschenrechte mit der Telefónica, S.A. Group noch enger verzahnt. Bei den quartalsweise stattfindenden Meetings unseres Menschenrechtskomitees ist nun

Menschenrechte

KONTAKT

Meldekanal für Hinweise und Beschwerden:
humanrights-de@telefonica.com

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Compliance

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Lieferantenmanagement

3.5 Menschenrechtliche
Sorgfaltspflicht

auch ein ständiges Mitglied der Telefónica, S.A. Group aus dem Bereich Ethics & Sustainability vertreten. Ein zentrales Thema der intensivierten Zusammenarbeit ist der Austausch zu den **Audits in der Lieferkette**, insbesondere zu den Kontrollen der Joint Audit Co-operation. So haben wir im Jahr 2020 Vorschläge für Lieferantenaudits in Asien eingebracht und erhalten die Möglichkeit, die Audit Reports gemeinsam zu sichten sowie Verbesserungsmaßnahmen der Lieferanten zu verfolgen und nachzuhalten.

Zu den weiteren aus dieser Risikoanalyse abgeleiteten und inzwischen umgesetzten Maßnahmen zählten die Etablierung eines unternehmensweiten Beschwerdemechanismus zum Thema Menschenrechte, erhöhte Transparenzanforderungen an unsere Geschäftspartner mit einer Weiterentwicklung der Supply Chain Sustainability Policy und die verstärkte Einbeziehung unserer Lieferanten in den EcoVadis-Prüfmechanismus. Besonderen Handlungsbedarf sehen wir bei der Produktgruppe Mobiltelefone und Zubehör in der verantwortungsbewussten Rohstoffnutzung und im Ressourcenschutz. So haben wir im Berichtsjahr das bestehende Hardware-Angebot „O₂ My Handy“ nach-

haltiger gestaltet. In den kommenden Jahren werden weitere ökologische Initiativen an unterschiedlichen Stationen entlang der „Customer Journey“ ausgebaut und kommuniziert. Dies ist ein weiterer Baustein unseres Engagements für einen nachhaltigen Lebenszyklus von Mobiltelefonen. Er ergänzt unser Handyrecyclingprogramm und das Angebot des Eco Index, über den unsere Kunden Nachhaltigkeitsinformationen zu ihren Geräten erhalten können. Mehr dazu im **Kapitel 5.3**.

Wirksamkeit der Maßnahmen mit Kennzahlen überprüfen

Wir verstehen unseren Einsatz zur Wahrung der Menschenrechte und die Durchführung entsprechender Risikoanalysen im Sinne des NAP als kontinuierlichen Prozess, den es stets anzupassen und weiterzuentwickeln gilt. Daher wollen wir bestehende und neue Maßnahmen regelmäßig hinsichtlich ihrer Wirksamkeit überprüfen. Im Berichtsjahr haben wir uns dabei im Einkauf auf die Berücksichtigung der Menschenrechtsrichtlinie und der aktualisierten Supply Chain Sustainability Policy, die Sensibilisierung der Einkäufer

und Lieferanten sowie das Monitoring über die EcoVadis-Plattform fokussiert (**siehe Kapitel 3.4**). Zudem haben wir unternehmensinterne Risikoanalysen im Bereich Menschenrechte durchgeführt und werden die daraus gewonnenen Erkenntnisse in bestehende oder auch neue Policies und Managementprozesse integrieren, beispielsweise in Form einer Diversity Policy für die Telefónica Deutschland Gruppe.

Bis Ende 2021 wollen wir zudem Richtlinien zur Stärkung der Kinderrechte und Verhinderung von Kinderarbeit erarbeiten. Wir sind bestrebt, bis zum Ende des Jahres 2022 relevante Bestandteile unserer Menschenrechtsrichtlinie weiter in bestehende Unternehmensrichtlinien und Managementansätze zu integrieren. Bis zu diesem Zeitpunkt wollen wir zudem Maßnahmen erarbeiten und umsetzen, die wir aus der menschenrechtlichen Risikoanalyse im Bereich Services & Works abgeleitet haben, wie etwa die Weiterentwicklung des menschenrechtsbezogenen Beschwerdekansals und die noch transparentere Kommunikation an direkt Betroffene.

ERGEBNISSE & STEUERUNG IM BEREICH MENSCHENRECHTE

GRI Managementansätze:
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (103-2; 103-3);
Kinderarbeit (103-2; 103-3);
Zwangs- oder Pflichtarbeit (103-2; 103-3); Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (103-2; 103-3);
soziale Bewertung der Lieferanten (103-2; 103-3); GRI 102-16; 102-48

UNGC-Prinzip 1, 2, 3, 4, 5, 6

UN GLOBAL COMPACT-PRINZIPIEN MIT BEZUG ZU MENSCHENRECHTEN

- 01** Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.
- 02** Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.
- 03** Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.
- 04** Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.
- 05** Unternehmen sollen für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.
- 06** Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

STEUERUNG BEI TELEFÓNICA DEUTSCHLAND

Unsere Schulung zu den Geschäftsgrundsätzen vermittelt Mitarbeitenden Informationen zum Thema Menschenrechte.

Wir verpflichten unsere Lieferanten zur Einhaltung der Supply Chain Sustainability Policy, haben eine Human Rights Policy veröffentlicht, sind in Branchenvereinigungen vertreten und nutzen den Beschwerdekanal für Lieferanten auf der **Lieferantenwebsite** und den Meldekanal **humanrights-de@telefonica.com** der Telefónica Deutschland Gruppe.

ERGEBNISSE FÜR DAS JAHR 2020

Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden über den Meldekanal zu Menschenrechtsverstößen.

Für den Berichtszeitraum sind uns keine Verstöße zu Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen bekannt.

Für den Berichtszeitraum sind uns keine Vorfälle von Zwangsarbeit bekannt.

Für den Berichtszeitraum sind uns keine Vorfälle von Kinderarbeit bekannt.

Für den Berichtszeitraum sind uns keine Vorfälle von Diskriminierung bekannt.

Leben in der digitalen Welt stärken

1.0 Digitalisierung gestalten

2.0 Corporate Responsibility managen

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klimaschutz

6.0 Herleitung und Evaluierung der CR-Strategie

7.0 Daten und Fakten

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.

Zielerreichung:



Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

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, um so allen Gesellschaftsbereichen den Zugang zu digitalen Produkten zu ermöglichen.

Unsere Erfolge

Wir haben mit anonymisierten Mobilitätsdaten den Kampf gegen die Ausbreitung von COVID-19 unterstützt. Mit dem 4G-Netzausbau und dem Roll-out von 5G haben wir den umfangreichsten Netzausbau unserer Unternehmensgeschichte vollzogen. Damit ermöglichen wir noch mehr smarte Lösungen für Mobilitätsanbieter, Energieversorgung, Industrie und Verbraucher. Wayra bringt mit Start-ups nachhaltige Innovationen zur Marktreife. Wir heben die Trennung von Festnetz und Mobilfunk auf und investieren mit Partnern in ein zukunftsfähiges Glasfasernetz.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Zum Schutz von Menschen und Umwelt möchten wir nachhaltiges Wirtschaftswachstum fördern. Durch innovative Technologien ermöglichen wir verantwortungsvolle Produktion und stärken eine nachhaltige Entwicklung, beispielsweise von Städten und Verkehrsströmen.



UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

LEGENDE
 übererfüllt
 voll erfüllt
 größtenteils erfüllt

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze:
Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3);
Wirtschaftliche Leistung (103-2;
103-3); GRI 203-1; 203-2; 413-2

Nachhaltige Innovationen für eine bessere Welt

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Digitale Lösungen für Mensch und Gesellschaft

Als einer der großen Telekommunikationsanbieter in Deutschland sieht sich die Telefónica Deutschland Gruppe als Vorreiter bei der verantwortungsvollen Gestaltung des digitalen Wandels. Wir sorgen dafür, dass alle an die digitale Zukunft angeschlossen sind, um das tägliche Leben für jeden nachhaltig besser zu machen. Es ist unser erklärtes Ziel, die digitale Entwicklung nachhaltig voranzutreiben. Deshalb berücksichtigen wir die Auswirkungen unseres digitalen Geschäftsmodells auf Umwelt und Gesellschaft. Dabei steht für uns immer der Mensch im Mittelpunkt.

Mit unseren digitalen Produkten und Dienstleistungen wollen wir das Leben der Menschen einfacher, sicherer, gesünder und umweltfreundlicher machen. Gerade während der Corona-Pandemie haben sich der enorme Nutzen und die Notwendigkeit der Digitalisierung für die Bewältigung aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen gezeigt, sei es in der Transformation der Arbeitswelt, der Flexibilisierung wirtschaftlicher Wertschöpfungsprozesse, der Verkehrsinfrastruktur oder beim Gesundheitsschutz der Bevölkerung.

Ein Schlüssel hierbei sind nachhaltige Innovationen, die wir in Kooperation mit dem öffentlichen Sektor und digitalen Unternehmen gezielt vorantreiben. Hierbei setzen wir auf die Analyse großer Datenmengen, auf die Vernetzung von Geräten sowie auf innovative Produkte für den Kunden mit dem Fokus, Anforderungen im Alltag mit digitalen Lösungen zu meistern und sicherer zu machen. Unsere Produkte vereinen damit den Dreiklang „Vernetzen. Analysieren. Optimieren“

und sind so ein wichtiger Aspekt unserer Wettbewerbsfähigkeit. Mit dem neuen Mobilfunkstandard 5G können wir diesen Effekt durch Echtzeitanwendungen und die Kapazitätswachse bei der Datenübermittlung noch vervielfachen. Mit Hilfe von 5G begegnen wir auch wirkungsvoll der größten Herausforderung unserer Zeit: dem Klimawandel. Intelligente Sensoren messen Stromverbrauch, Luftqualität und Biodiversität vor Ort – und wir leiten daraus Verbesserungsmaßnahmen für „grünere“, lebenswertere Städte ab.

Unser Start-up-Accelerator Wayra verbindet weltweit Telefónica und technologische Disruptoren. Wayra ist das Innovationslabor der Telefónica Deutschland

Gruppe mit Fokus auf Bereiche wie künstliche Intelligenz, Datenanalyse und Kundenservice. Wayra identifiziert Start-ups mit hoher Innovationskraft in den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, die ihre Lösungen und Produkte in Zusammenarbeit mit uns testen und skalieren können. So steht jedes der von Wayra geförderten Start-ups in direktem Austausch mit einem unserer Fachbereiche – mit dem Ziel der Integration der Produkte in unsere vorhandenen Systeme und unser Kerngeschäft. Zusätzlich unterstützt Wayra die Start-ups mit Tools, Mentoring und Consulting, modernen Büros in der Münchener Innenstadt sowie finanzieller Unterstützung.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Um die Digitalisierung in Deutschland weiter proaktiv voranzutreiben, haben wir eine Vier-Milliarden-Investitionsoffensive bis 2022 gestartet, um unser O₂ Netz in Städten, auf dem Land und entlang von Verkehrswegen kräftig auszubauen. Wir wollen die letzten Abdeckungslücken schließen und bis 2025 ein flächendeckendes 5G-Netz ausgerollt haben. Durch ein immer besseres O₂ Netz soll unsere Vision einer rundum vernetzten, lebenswerten und „grünen“ Gesellschaft wahr werden.

PROZESSE UND STEUERUNG

Klare Ziele unter Einhaltung strenger Datenschutzanforderungen

Wir haben uns im Bereich nachhaltige Innovationen und Produkte wichtige strategische Ziele gesetzt. So wollen wir Technologien zur vereinfachten Vernetzung von Menschen, Geräten und Maschinen in der privaten und industriellen Welt vorantreiben. Die Entwicklung und Steuerung von innovativen Projekten und Lösungen erstreckt sich über alle Unternehmensbereiche.

Für das Segment Internet of Things (IoT) mit dem Geschäftskundenbereich liegt im Unternehmen die Verantwortung beim B2B-Direktorat, das direkt an den Chief Executive Officer (CEO) berichtet. Das Geschäftsfeld Mobility Insights wird durch den Chief Financial Officer sowie den Chief Partner and Wholesale Officer gesteuert.

Mit einem Angebot leistungsfähiger Netzinfrastruktur und Datenanalyse sind die Voraussetzungen für die Digitalisierung der relevanten Services geschaffen worden. Bei unserem Vorgehen hat die Einhaltung der strengen Datenschutzanforderungen bei allen unseren Produkten und Technologien höchste Priorität.

Bei der Nutzung künstlicher Intelligenz handeln wir nach festen ethischen Prinzipien, die wir in eigenen Leitlinien verankert haben und die in das Digitale Manifest zur gesellschaftlichen Verantwortung der Telefónica, S.A. Group eingebettet sind.

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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, um so allen Gesellschaftsbereichen den Zugang zu digitalen Produkten zu ermöglichen.

- Wir haben das innovative Potenzial von Datenanalysen zum Nutzen der Gesellschaft erschlossen – von der klimafreundlichen Mobilität und der Gesundheitsvorsorge über ein effizientes Energiemanagement bis hin zum privaten Konsum.
- Unser Innovationslabor Wayra hat den Transfer nachhaltiger Innovationen von Start-ups in unsere Geschäftsprozesse gefördert und vielfältige Fortschritte in den Bereichen künstliche Intelligenz, Datenanalyse, IoT und Klimaschutz ermöglicht.
- Wir haben das 5G-Zeitalter für die deutsche Industrie eröffnet und zusammen mit dem Ausrüster Ericsson für Mercedes-Benz Cars in Sindelfingen eine der modernsten 5G-Mobilfunknetze für die Automobilproduktion errichtet.
- Mit intelligenten Lösungen auf Basis von IoT und 5G fördern wir die Entwicklung von Großstädten zu Smart Cities und unterstützen durch den Ausbau von Smart Grids und Smart Metering die Energie- und Klimawende.
- Wir haben vor allem im Kundenkontakt die Nutzung künstlicher Intelligenz vorangetrieben und hohe Standards für ethisch verantwortliches und datenschutzkonformes Handeln aufgestellt, die wir durchgängig beachten.

GRI Managementansätze:
Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3);
Wirtschaftliche Leistung (103-2; 103-3); GRI 203-1; 203-2; 413-2



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze:
Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3);
Wirtschaftliche Leistung (103-2; 103-3); GRI 203-1; 203-2; 413-2

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN
Netzausbau mit 4G und 5G

Mit zusätzlichen Infrastrukturinvestitionen verfolgt die Telefónica Deutschland Gruppe das Ziel, den Netzausbau voranzutreiben und das Kundenerlebnis im Netz spürbar zu verbessern. Im Mittelpunkt des Investitionsprogramms stehen der verstärkte Ausbau der Versorgung von ländlichen Gebieten vor allem mit 4G und die beschleunigte Erweiterung der Kapazitäten in Städten mit 4G und 5G.

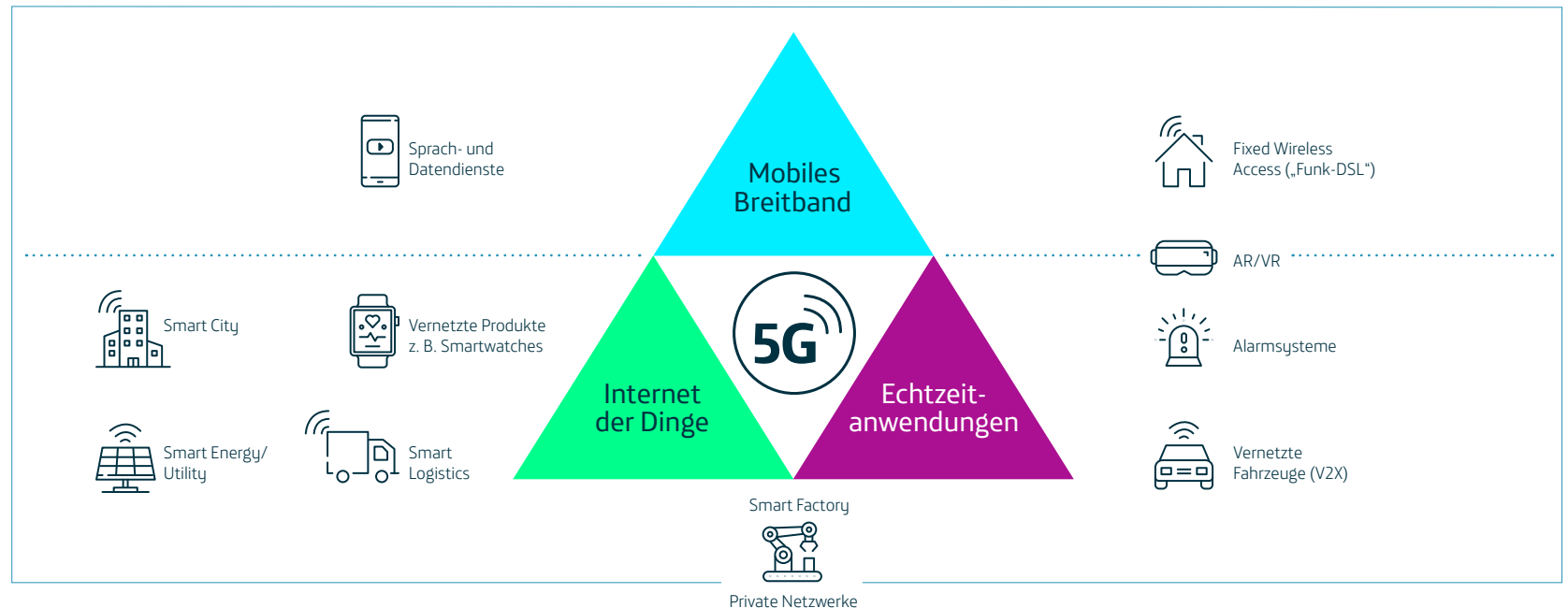
Hier richten wir uns auch nach dem 2019 geschlossenen, nationalen Mobilfunkpakt zwischen Politik und Netzbetreibern, der Deutschland bei der digitalen Transformation voranbringen soll. Die Vereinbarung sieht insbesondere vor, dass sich die Netzbetreiber in den kommenden Jahren beim Netzausbau zu ambitionierten Ausbauzielen in der Fläche und in bisher unversorgten Gebieten verpflichten. Unser Unternehmen wird bis Ende 2021 in diesem Rahmen 333

zusätzliche Standorte in sogenannten weißen Flecken errichten. Außerdem wollen wir gemeinsam mit der Deutschen Telekom bzw. Vodafone noch im Jahr 2021 mehrere Hundert sogenannte graue Flecken in der 4G-Netzversorgung für unsere Kunden beseitigen. An den Standorten werden die Partner aktive Netztechnik teilen. Im Gegensatz zu bisherigen Kooperationen wie Site-Sharing oder dem Betreiber-Abkommen zur Schließung von Versorgungslücken („weiße Flecken“) müssen bei diesem Ansatz keine zweite separate Funktechnik oder zusätzliche Antennen installiert werden.

Damit wollen wir einen wesentlichen Beitrag insbesondere zur Versorgung mit leistungsfähigem LTE-Mobilfunk in ländlichen Regionen und für eine weiter verbesserte Nutzungserfahrung für unsere Kunden leisten. Im Gegenzug hat sich die Politik dazu verpflichtet, die Investitionsfähigkeit der Branche zu fördern. Dies umfasst insbesondere verbesserte Zahlungsbedingungen für die ersteigerten 5G-Frequenzen.

Innovationspotenziale von 5G umfassend erschließen

Im Herbst 2020 hat O₂ sein 5G-Netz in den fünf größten Metropolen des Landes und weiteren Städten aktiviert. Der Mehrwert, den 5G für die gesamte Gesellschaft durch eine enge Vernetzung von Verkehr, Städten, der Berufswelt sowie des täglichen Lebens bietet, wird weit über die individuelle Nutzung durch die Kunden hinausgehen. Mit 5G lassen sich erstmals Anwendungen in Echtzeit realisieren und Millionen von Geräten miteinander vernetzen. Der neue Mobilfunkstandard liefert zusätzliche Kapazitäten und höhere Geschwindigkeiten, wodurch wir das Netzerlebnis unserer Kunden bei der mobilen Datennutzung weiter verbessern. Wir verfügen über eine umfangreiche Netzexpertise, die wir in den 5G-Ausbau unseres Netzes sowie in industrielle Kooperationen einbringen.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Mobiles Breitband als Festnetzersatz für das digitale Zuhause

Mit Fixed Wireless Access (FWA), einer Breitband-Technologie auf Basis von 5G, können wir privaten Haushalten sowie kleineren Unternehmen künftig eine interessante Alternative zu DSL und anderen Festnetzinfrastrukturen bieten. Der Empfang wird über das Mobilfunknetz realisiert, sodass keine Anschlüsse für Glasfaser, Kabel oder DSL/VDSL erforderlich sind. Diese Option bietet sich z. B. in ländlichen Gebieten mit noch ungenügender digitaler Infrastruktur an und verursacht im Vergleich zum Glasfaserausbau geringere Infrastrukturkosten. So können Nutzer bei entsprechender Verfügbarkeit künftig über 5G mit mehr als einem Gigabit pro Sekunde Filme in 8K-UHD streamen, im Netz surfen und ihre sonstigen alltäglichen Anwendungen in bester Qualität genießen. Neben Standard-Datendiensten können mit 5G zudem Anwendungen wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) im privaten und gewerblichen Gebrauch ihr Potenzial entfalten.

Echtzeitanwendungen für verbesserte Verkehrssysteme

Dank Ladezeiten von unter einer Millisekunde lassen sich mit 5G erstmals Anwendungen in Echtzeit realisieren, so etwa beim vernetzten Fahren. Die Fahrzeugtechnologie kommuniziert per effizienter Vehicle-to-X-Kommunikation (V2X) mit anderen Fahrzeugen, Lastkraftwagen, Fahrradfahrern oder Fußgängern sowie mit Ampeln, Verkehrsschildern oder Absperrgeräten. Treten plötzlich Hindernisse auf, warnt das Automobil nicht nur die Insassen, sondern leitet bereits in Echtzeit erste eigene Maßnahmen ein. Das erhöht die Verkehrssicherheit. Laut der National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) – der US-Bundesbehörde für Straßen und Fahrzeugsicherheit – lassen sich durch V2X-Technologien im Straßenverkehr rund

600.000 Verkehrsunfälle pro Jahr verhindern. Eine intelligente Fahrzeugkoordination entzerrt zudem den Verkehr und kann einen wichtigen Beitrag für die Umwelt leisten, da sich Kraftstoffverbrauch und Fahrverhalten noch genauer analysieren und regeln lassen.

Die Telefónica, S.A. Group hat 2020 im spanischen Málaga zusammen mit der deutschen Prüfgesellschaft DEKRA ein neues Testzentrum für das vernetzte und autonome Fahren auf Basis von 5G und V2X eingeweiht. Dies schafft eine einzigartige Forschungs-umgebung zum Test internationaler 5G-Frequenzen für den länderübergreifenden Einsatz und steht Automobilunternehmen, -zulieferern und Start-ups offen. Von dieser internationalen Forschung und Entwicklung profitiert auch die Telefónica Deutschland Gruppe. Der Forschungsschwerpunkt von Telefónica und DEKRA liegt künftig auf Verbindungslösungen, neuen Services für Bord-Entertainment und Fahrzeugnavigation, einer verbesserten Fahrzeugüberwachung und -wartung sowie auf Sicherheit und Unfallverhütung.

IoT: Quantensprung bei Vernetzung von Geräten

Mit 5G erfährt die intelligente Vernetzung über das Internet der Dinge noch einmal eine deutlich größere Anwendungsbreite. Hierbei wird von „Massive IoT“ gesprochen – der Vernetzung von Millionen Geräten untereinander. Das macht beispielsweise Smartwatches oder Fitness-Tracker noch intelligenter und anwendungsorientierter, etwa für den Gesundheitssektor oder im Leistungssport. Zudem können Nutzer große Datenmengen und Anwendungen schneller von ihrer Smartwatch in ihrer Cloud speichern und auch von unterwegs verschiedene Geräte im Smart Home steuern. Auch für andere Smart Devices bietet 5G enorme Chancen und zusätzliche Anwendungsfelder, beispielsweise intelligente Kleidung (Smart Clothes) oder sogar 5G-fähige Implantate.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verzeichnet eine verstärkte Nachfrage des Mittelstands in Bezug



¹ National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) – US-Bundesbehörde für Straßen und Fahrzeugsicherheit

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

auf IoT. Für die automatisierte Datenübertragung zwischen Objekten und Maschinen bieten wir unseren Kunden die beiden Netzstandards Narrowband IoT und LTE-M an. Unsere Kunden erhalten Zugriff auf alle wichtigen Informationen, um die Vernetzung ihrer Maschinen und Geräte zu steuern und Abläufe zu analysieren. Mit dem Ausbau dieser Vernetzungen sehen wir uns auf dem besten Weg, einen digitalen Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen. So unterstützen wir bereits eine Vielzahl von Unternehmen aus verschiedensten Branchen bei der Digitalisierung ihrer Geschäftslösungen im IoT-Bereich.

Das breite Spektrum reicht dabei von Mobilitäts- und Logistikunternehmen über Energieversorger und Hersteller von Wearables bis hin zu Roboterproduzenten. Mit IoT Connect haben wir für die Übertragung von Daten sowie die intelligente Vernetzung und Steuerung von Konnektivität die passenden Tarife: IoT Connect Deutschland bei einer vorwiegend bundesweiten Nutzung und IoT Connect Europa für eine Nutzung, die europäische Nachbarstaaten miteinschließt. Durch die Global Sim Vivo-o2-Movistar gewährleisten wir dabei

höchste Netzsicherheit und -verfügbarkeit. So ermöglichen wir eine optimale Erreichbarkeit der Maschinen und Geräte im In- und Ausland.

Die grundlegende Komponente unseres IoT-Angebots ist die Telefónica Kite Plattform für den Geschäftskundenbereich. Damit nutzen unsere Kunden ein komfortables und effektives Managementsystem für alle M2M-/IoT-SIM-Karten. Das System dient auf diese Weise als Komplettlösung zur Verwaltung und Überwachung sämtlicher IoT- und M2M-Aktivitäten eines Unternehmens.

Smart Factory: Revolution für die industrielle Fertigung

5G wird durch höchste Zuverlässigkeit und extrem kurze Reaktionszeiten zu einer wichtigen Unterstützung bei hochsensiblen, automatisierten Produktionsprozessen, wie etwa der Robotik, und dient der Industrie als enormer Effizienzhebel. 5G ermöglicht eine komplett digitale Fabrik und voll vernetzte (Intra-)

Logistikprozesse. Wir helfen Unternehmen, ihre Produktionsstätten zu Smart Factories zu entwickeln und ihre Digitalisierung voranzutreiben. So nutzen wir unsere Erfahrung bei der Planung und Errichtung von Mobilfunknetzen auch für den Aufbau von 5G-Campusnetzen, die wir beispielsweise in der Automobilindustrie einbringen.

Mercedes-Benz Cars hat im September 2020 mit der „Factory 56“ eine der weltweit modernsten Automobilproduktionen in Betrieb genommen – eine rundum digitale, flexible und CO₂-neutral produzierende Fabrik. Ein Kernstück der neuen, voll vernetzten Produktionsstätte in Sindelfingen wird das 5G-Campusnetz bilden, das die Telefónica Deutschland Gruppe gemeinsam mit dem Netzwerkausrüster Ericsson errichtet hat. Die fünfte Mobilfunkgeneration wird Maschinen und Anlagen intelligent, sicher, kabellos und in Echtzeit miteinander vernetzen.

Als einer der ersten Netzbetreiber in Deutschland machen wir einen weiteren innovativen Schritt und bieten unseren Industriekunden künftig auch ein



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

cloudbasiertes 5G-Kernnetz an, was die Errichtung von lokalen Servern überflüssig macht und damit den Aufbau von Campusnetzen noch einmal deutlich vereinfacht. Über das cloudbasierte 5G-Kernnetz lassen sich neue Industrielösungen schneller entwickeln, Produktions- und Logistikprozesse noch stärker automatisieren und Anwendungen in Echtzeit realisieren.

Smart Energy: von Smart Metering bis Smart Mobility

5G unterstützt intelligente Lösungen in der Wertschöpfungskette der Energiewirtschaft genauso wie die bewusste Steuerung des Energieverbrauchs. Über Smart Grids wird die erzeugte Energie an die Nutzer verteilt, während Smart Meter kontinuierlich den Energieverbrauch messen und Energie ganz nach dem aktuellen Bedarf der Nutzer bereitstellen. Mit den intelligent vernetzten Zählern weiß der Nutzer jederzeit darüber Bescheid, wann er wie viel Gas, Strom oder Wasser verbraucht. Die Telefónica Deutschland Gruppe

nutzt bereits solche intelligenten Energie-Technologien zur Effizienzsteigerung ihrer Mobilfunkstationen.

Auch im Bereich Smart Mobility können über den 5G-Mobilfunk künftig energieeffizientere Lösungen umgesetzt werden, beispielsweise im Betrieb der Ladesäulen für Elektrofahrzeuge. Zudem profitieren ganze Industriezweige wie die Logistik, aber auch alle anderen Unternehmen von der Möglichkeit zur Digitalisierung ihrer Fuhrparks und Fahrzeuge. Für einzelne Anwendungsfelder können wir unseren Kunden mittels Network Slicing eine separate Netzinfrastruktur zur Verfügung stellen und damit die Komplexität im Netz verringern.

Mit Smart Mobility bieten wir unseren Geschäftskunden auf IoT-Basis Analyseapplikationen für ihre Firmenfuhrparks zur Verbesserung der Fahrersicherheit, Reduktion des Kraftstoffverbrauchs und Senkung von Wartungskosten. Telematiklösungen wie Geotab ermöglichen beispielsweise ein intelligentes Fuhrparkmanagement aus einer Hand und unseren Kunden

noch mehr Transparenz für die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben zur durchschnittlichen CO₂-Flottenemission. Die Geotab Telematik-Geräte sind bereits ab Werk mit IoT-SIM-Karten von Telefónica ausgestattet, die speziell für anspruchsvolle Umgebungsbedingungen ausgelegt sind und eine hohe Lebensdauer gewährleisten. Die Anwendung eignet sich herstellerübergreifend für alle PKWs und Nutzfahrzeuge. Die Geotab Telematik-Lösung unterstützt unsere Kunden zudem mit einem eigenen Tool bei der Umstellung auf Elektromobilität im Firmenfuhrpark.



EFFIZIENZVORSPRUNG DURCH SMART METERING

Wir nutzen digitale Innovationen auch zur Optimierung unserer betrieblichen Prozesse, beispielsweise im Energiemanagement. Smart Meter erfassen die Verbrauchsdaten permanent in einer signifikant erhöhten Detaillierung und übermitteln diese über eine IoT-Funkeinheit an einen Cloud-Server. Dort liegen die Daten sicher und jederzeit abrufbar für uns bereit – inklusive zahlreicher Möglichkeiten zur Auswertung.

Insgesamt verfügen bereits gut 12.300 Standorte über Smart Meter. Bis Ende 2021 ist die Ausrüstung von 27.000 Standorten geplant.

Der Austausch der Stromzähler bringt uns wesentliche Vorteile: Zum einen erfassen wir detailliert den Verbrauch jedes Standortes, ohne diesen zur Ablesung anfahren zu müssen. Anhand der Fernabfrage lassen sich etwaige Verbrauchsabweichungen feststellen. Zum anderen ist eine vorausschauende Instandhaltung sensibler Anlagenbestandteile wie etwa von Lüftern besser zu gewährleisten. Mit einem nahezu kompletten Überblick über die benötigte Energie im Mobilfunknetz ergibt sich ferner die Möglichkeit, Budget-, Einkaufs- und Rückstellungsprozesse zu optimieren.

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Smart Cities bündeln 5G-Innovationen

Die enormen Kapazitäten und Übertragungsraten von 5G im Zusammenspiel mit modernen Internet-of-Things-Lösungen (IoT) helfen Städten dabei, sich zu Smart Cities zu wandeln. In smarten Großstädten und Megacities wird es so möglich, den Straßenverkehr sicherer zu machen, besser zu koordinieren sowie Mobilitätslösungen der Zukunft voranzutreiben, wie etwa das vernetzte oder autonome Fahren. Für die Bewohner gehen die Vorteile einer intelligent vernetzten Stadt weit über einen verbesserten Straßenverkehr hinaus. Auch der eigene Haushalt lässt sich künftig mit der Smart City verknüpfen, beispielsweise mit den kommunalen Versorgern und ihren Smart-Metering-Prozessen.

Wir wollen unseren Beitrag zur Entwicklung von Smart Cities leisten, in denen die Bürger von einer nachhaltigen Lebensqualität profitieren können. Unser Smart-City-Konzept beruht darauf, dass wir als Telekommunikationsanbieter wissen, wie Menschen Technologie verwenden und was die Bürger einer modernen Stadt erwarten. Dieses Wissen stellen wir kommunalen Entscheidern zur Verfügung und entwickeln mit ihnen, unserem Produktportfolio und offenen Plattformen vielfältige digitale Lösungen.

Trennung von Festnetz und Mobilfunk aufgehoben

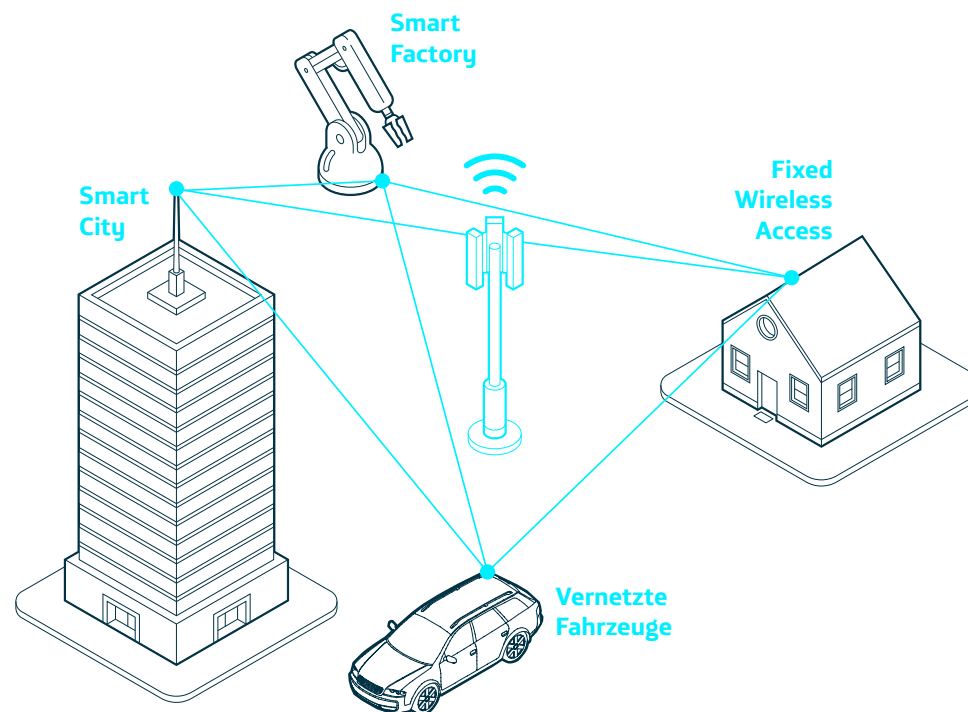
O₂ hebt seit November 2020 die Trennung zwischen Festnetz- und Mobilfunktechnologien komplett auf und bietet mit O₂ my Home einen Tarif an, der gleichermaßen für DSL, Kabel, Glasfaser und den mobilfunkbasierten O₂ HomeSpot gilt. Der 4G-/5G-Router ermöglicht hier erstmals Telefonie, bietet Kunden eine Festnetznummer und ist so eine vollwertige Alternativlösung überall dort, wo keine schnelle festnetz-basierte Breitbandinfrastruktur verfügbar ist.

Darüber hinaus bietet O₂ seinen Kunden auch dank starker Kooperationen die größte Festnetzabdeckung in Deutschland. So werden über die Partnerschaft mit Vodafone in den nächsten Monaten 24 Millionen und mit Tele Columbus nochmals 2,3 Millionen Haushalte mit Breitbandkabel erreicht. Über die Infrastruktur der Deutschen Telekom versorgt O₂ rund 34 Millionen Haushalte mit DSL und perspektivisch mit Glasfaser.

Die Kooperation im Festnetz mit der Deutschen Telekom wurde ab 2021 verlängert und ausgeweitet. Diese ermöglicht es O₂ künftig auch, Glasfaser-Hausanschlussleistungen (FTTH) der Telekom an ihre Kunden zu vermarkten, die künftig vor allem in Großstädten mit einem Zugang zum Glasfasernetz Internet-High-speed von bis zu 1 GBit/s nutzen können. Zudem wird O₂ weiterhin VDSL- und Vectoring-Vorleistungsprodukte der Telekom nutzen. Beide Unternehmen arbeiten auch bei der Entwicklung der Netzinfrastruktur

zusammen. So liefert uns die Deutsche Telekom rund 5.000 Glasfaseranschlüsse für neue und bestehende Mobilfunkstandorte.

Im Glasfasermarkt profitieren wir als Beteiligter auch von einem Joint Venture zwischen der Telefónica, S.A. Group und der Allianz, das ein eigenes Glasfasernetz aufbauen und vermarkten wird. Damit können wir Privat- und Geschäftskunden leistungsstarke Glasfaseranschlüsse bis ins Haus sowie in Gewerbegebieten anbieten. In den kommenden sechs Jahren will das Unternehmen mit einem 50.000 Kilometer langen Glasfasernetz 2,2 Millionen Haushalte in vorwiegend ländlichen und bisher unterversorgten Gebieten erreichen und dafür bis zu 5 Mrd. EUR investieren. Unsere Beteiligung an der neuen Glasfaser-Gesellschaft betrachten wir als attraktive langfristige Investition in einen Markt mit enormem Zukunftspotenzial.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Nachhaltiger Nutzen von Datenanalysen

Als Mobilfunkanbieter mit momentan rund 44 Millionen Anschlüssen verfügen wir im Zuge der alltäglichen Geschäftsprozesse über enorme Datenmengen. Oftmals liegen diese – wie etwa Mobilitätsdaten – ausschließlich uns als Netzbetreiber vor. Mit dem Geschäftsfeld Mobility Insights und Forschungsprojekten wollen wir das innovative Potenzial der Datenanalyse für alle Lebensbereiche und zum Nutzen der Gesellschaft erschließen – von der klimafreundlichen Mobilität und der Gesundheitsvorsorge über ein effizientes Energiemanagement bis hin zum privaten Konsum.

Im Rahmen des Projekts „So bewegt sich Deutschland“ hat unser Partner Teralytics auf Basis der von uns zur Verfügung gestellten, anonymisierten Mobilfunkdaten eine Karte erarbeitet, die aus anonymisierten Mobilfunk-Daten regionale Verkehrsströme sichtbar macht. Aus der Analyse der Daten konnte Teralytics Erkenntnisse über Bewegungsmuster in Deutschland gewinnen, die für Verkehrsplaner einen wichtigen Mehrwert bieten. So wurden für Hamburg, Berlin und München beispielhaft regionale Einblicke zum Pendlerverhalten oder zu Ausgehzeiten vermittelt.

Auch die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) greifen künftig mit unserer Hilfe auf Datenanalysen des Mobilfunks zurück, um ihr Angebot für Busse und Bahnen besser zu planen und zu koordinieren. So erhält das Unternehmen unter strikter Einhaltung des Datenschutzes anonymisierte Daten zu den Ein-, Aus- und Umsteigern und Verkehrsverflechtungen. Sie basieren auf Daten der Telefónica Deutschland Gruppe und werden der BVG von Teralytics zur Verfügung gestellt. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur im Rahmen der Förderrichtlinie „Digitalisierung kommunaler Verkehrssysteme“ unterstützt.

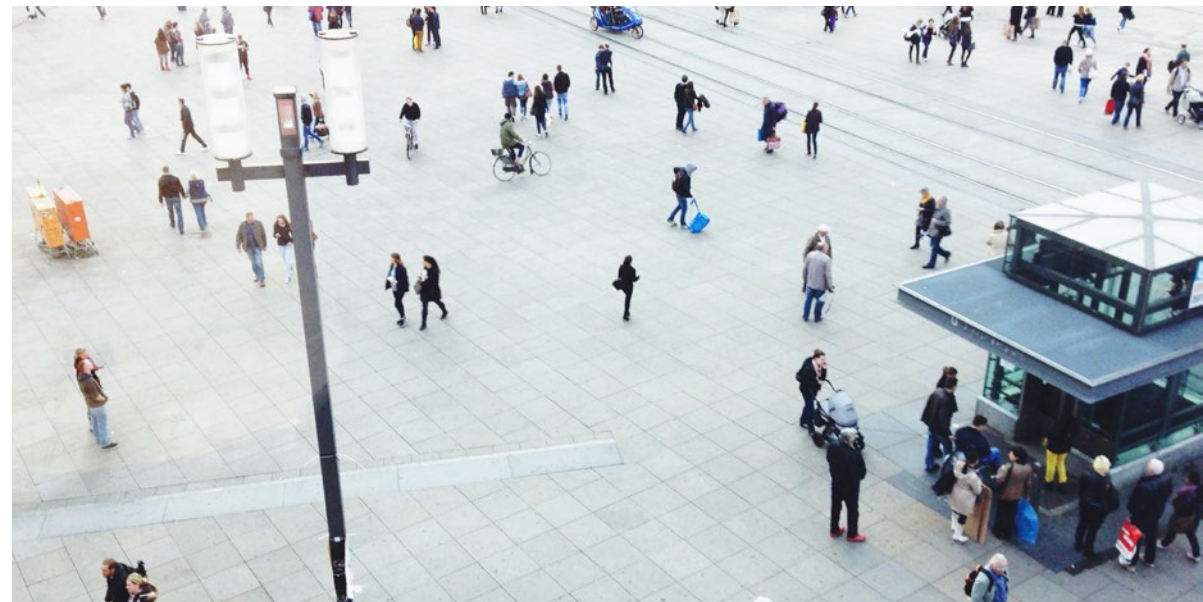
Um auszuschließen, dass Daten aus digitalen Quellen wie dem Mobilfunk einer bestimmten Person zugeordnet werden können, nutzen wir ein dreistufiges Anonymisierungsverfahren. Aufgrund der Anonymisierung ist aus rechtlicher Sicht keine Zustimmung der Kunden erforderlich. Dennoch ermöglichen wir ihnen, über einen SMS-basierten Prozess der Nutzung ihrer Daten für statistische Auswertungen zu widersprechen. Jeder Kunde hat so die Möglichkeit, seine persönlichen Präferenzen gegen den Nutzen abzuwägen, den seine Daten für die Wirtschaft und Gesellschaft schaffen.

Verantwortung in der Corona-Pandemie: Mobilfunkdaten schaffen mehr Transparenz

Die Relevanz von Mobilitätsanalysen auf Basis von Mobilfunkdaten hat sich insbesondere beim Umgang mit der Corona-Pandemie gezeigt. Hier haben wir unsere gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen und mit Partnern wie Teralytics und Senozon das Robert Koch-Institut bei seiner Arbeit unterstützt. Auf Basis anonymisierter und aggregierter Mobilfunkdaten war es beispielsweise möglich, Mobilitätsströme für

das gesamte Land abzubilden. Solche Informationen dienen der Vorhersage dazu, in welchen Gebieten sich das Coronavirus weiter ausbreiten könnte. Über Teralytics wurden beispielsweise die Anzahl der Reisen, die Streckenlängen und die Aufteilungen der Transportmittel wie Auto oder Flug in Form eines Dashboards mit täglich aktualisierten Daten zur Verfügung gestellt. Diese Daten ermöglichten eine deutschlandweite und tagesaktuelle Analyse der Veränderungen im Mobilitätsverhalten der Bevölkerung. Damit sollte sich besser nachvollziehen lassen, ob und wie Ausgangsbeschränkungen sowie weitere politische Maßnahmen wirken.

Wir haben Mobilfunkdaten auch für ein weiteres Projekt nutzbar gemacht, das für mehr Transparenz unter Pandemiebedingungen gesorgt hat. So nutzten das Data Lab der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und Teralytics tagesaktuelle Mobilitätsdaten, um anhand bestimmter Mobilitätsmuster während verschiedener Pandemiephasen zu untersuchen, warum einzelne deutsche Landkreise in der Eindämmung der Virusausbreitung deutlich erfolgreicher gewesen sind als andere.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Künstliche Intelligenz im Kundendialog eingesetzt

Die große Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten für KI reicht von kleinen Erleichterungen des Alltags bis hin zu großem Nutzen für Gesellschaft und Wirtschaft, wie der Optimierung von Lieferketten, verbesserten medizinischen Diagnosen oder dem Bewältigen humanitärer Katastrophen. So prognostiziert das Marktforschungsunternehmen Gartner für das Jahr 2022 weltweit einen Geschäftswert von KI-Lösungen in Höhe von 3,2 Billionen US-Dollar.

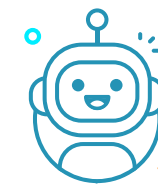
Die Basis von KI sind große Mengen von Daten, die auch bei der Telefónica Deutschland Gruppe täglich milliardenfach durch ihre normalen Geschäftsprozesse, z. B. im Mobilfunknetz oder in den IT-Prozessen, entstehen. Diese Daten nutzt das unternehmensinterne „Digital & Data Competence Center“ (DDC) datenschutzkonform und unterstützt die verschiedenen Fachbereiche mit umfangreichem analytischen Know-how, auch in Bezug auf KI. In einem eigenen „Center of Excellence“ für KI arbeiten über 80 Experten an konkreten Lösungen für unsere Kunden.

Dazu zählt auch die KI-Funktion **Aura**, die als direkte Schnittstelle zu unseren Kunden im O₂ Online-Webportal und in unserem WhatsApp-Service-Kanal integriert ist. Hier bietet Aura personalisierte Informationen und Angebote, die wir beständig erweitern, um mehr Kunden zu erreichen und die Interaktion mit ihnen auszuweiten. Zu den aktuellen Anwendungsfeldern zählen etwa die Netzstörungsprüfung, das Einsehen des Zahlungsstatus, von Rechnungen und Tarifen, die Abfrage von Datenvolumen, die Aufladung von Guthaben oder die Nutzung von Multimedia-Angeboten.

Wir tragen als Unternehmen beim Einsatz von KI eine besondere Verantwortung und folgen daher ethischen Prinzipien, mit denen wir die Interessen der Menschen in den Mittelpunkt stellen und ihr Vertrauen in diese Technologie stärken wollen. Dafür haben wir Leitlinien mit Kriterien erarbeitet, nach denen wir alle Projekte

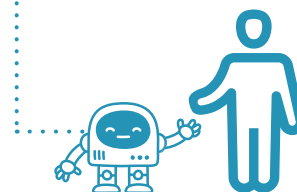
UNSERE ETHIK DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ

Unsere ethischen Prinzipien zum Einsatz künstlicher Intelligenz stellen den Menschen in den Mittelpunkt. Alle Projekte mit KI bewerten wir nach folgenden ethischen Grundsätzen.



Fair und für alle zugänglich

Es ist uns wichtig, dass die KI-Anwendungen zu fairen Ergebnissen führen. Außerdem sollten alle Teile der Gesellschaft Zugang zu digitalen Möglichkeiten erhalten.

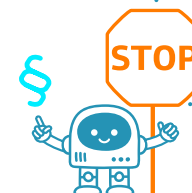


KI soll der Gesellschaft dienen

Wir werden die Skepsis der Menschen nur überwinden, wenn KI greifbare Vorteile für den Einsatz schafft.

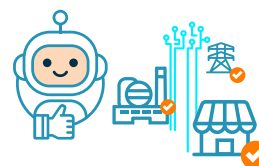
Regelwerk für KI

Nicht alles, was möglich ist, ist moralisch legitim – KI müssen Grenzen gesetzt werden.



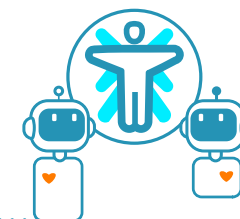
Transparenz und Datenschutz

Die Verwendung von Daten muss transparent und die Daten müssen geschützt sein.



Überprüfung Dritter

Wir behalten uns vor, die Rechtmäßigkeit, Richtigkeit und Logik von Daten Dritter zu überprüfen.



Menschen über KI

Der Mensch muss oberste ethische Instanz bleiben.

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

mit KI-Bezug bewerten. Zudem richten wir unser Handeln auf diesem Gebiet am Digitalen Manifest der Telefónica, S.A. Group aus.

Auch bei Wayra spielt KI immer häufiger eine tragende Rolle. So sind wir beispielsweise eine Kooperation mit dem Start-up Mostly AI eingegangen, das auf die Synthetisierung von Daten spezialisiert ist. Im Mittelpunkt steht hier die Aufgabe, die Nutzung großer Datenmengen zu ermöglichen und gleichzeitig die Privatsphäre der Kunden durchgängig zu schützen.

Plattform für sichere Identitäten auf Smartphones

Smartphones dienen immer öfter zur persönlichen Identifizierung. Um hier ein dem Personalausweis oder anderen ID-Systemen vergleichbares Sicherheitsniveau zu schaffen, bedarf es allerdings noch weiterer Schritte. Die Telefónica Deutschland Gruppe hat sich im Jahr 2020 gemeinsam mit der Bundesdruckerei sowie Unternehmen und Forschungseinrichtungen für

die Schaffung einer Sicherheitsarchitektur für Dienste mit hohem Schutzbedarf engagiert. Dabei geht es etwa um hoheitliches Identitätsmanagement im Rahmen von E-Government, Carsharing-Dienste und E-Ticket-Anwendungen für den öffentlichen Nahverkehr. Eine digitale Identität auf dem Smartphone soll so für Konsumenten und Diensteanbieter, für Bürger und Verwaltung ein Mehr an Sicherheit und Komfort in der vernetzten Welt bieten. Gebündelt wurden die Aktivitäten im Projekt OPTIMOS 2.0, welches durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wurde.

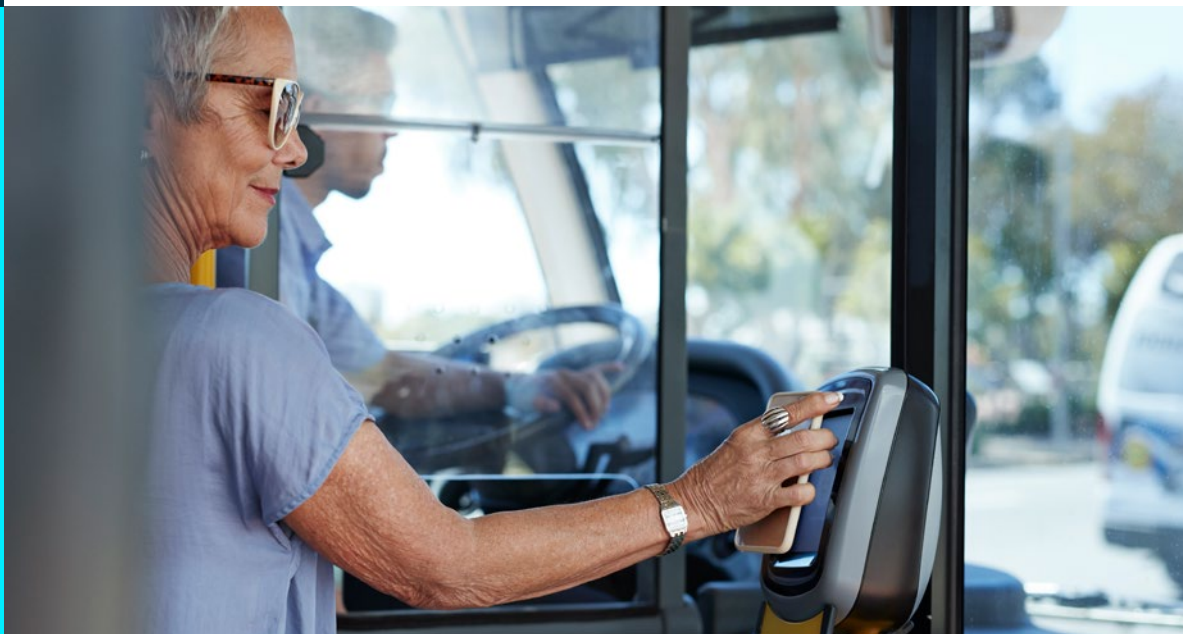
Wayra: erfolgreiche Partnerschaften mit Start-ups

2020 haben wir über unser Innovationlab Wayra 14 neue Start-ups aus den Bereichen künstliche Intelligenz, Fintech, IoT und Datenanalyse gefördert. So unterstützten wir beispielsweise mit Amplitude ein Unternehmen, das eine App für Jugendliche rund um die Bildung in Finanzangelegenheiten entwickelt

hat. Damit können sie lernen, über verschiedene Tools ihr Geldmanagement systematisch aufzubauen, zu nutzen und auf zukünftige Bedürfnisse auszurichten. Begleitet wird das Angebot von Tutorials und Podcasts. Das geförderte Start-up vCoach tritt als digitaler Personal Trainer für berufliche Kommunikation auf KI-Basis auf. App-gestützt können Nutzer jederzeit und von jedem Ort aus lernen, souveräner zu präsentieren, motivierend Feedback zu geben und besser im Team zusammenzuarbeiten.

Wayra beteiligte sich im Jahr 2020 zudem mit einem Investment an dem Münchener Softwareunternehmen Cobrainer, das Mitarbeiterprofile für Firmen digitalisiert und Kompetenzen mithilfe ihrer „Expertise Intelligence“-Software transparent macht. Hier konnte Cobrainer auch der Telefónica Deutschland Gruppe während der Corona-Krise bei internen Rekrutierungsprozessen helfen. Zudem sind wir beim Berliner Softwareunternehmen Lana Labs eingestiegen. Als Spezialisten für die KI-gestützte Analyse von Geschäfts- und Produktionsprozessen bietet es Unternehmen die Möglichkeit, durch die automatisierte Prozessanalyse intelligenter, effizienter und schneller zu arbeiten und Ressourcen wie Kapital, Material oder Personal optimal einsetzen zu können.

Wayra arbeitete am Aufbau eines eigenen 5G- & IoT-Tech-Labs, das im Frühjahr 2021 eröffnet wurde. Dort gibt es die Möglichkeit für Start-ups, Anwendungen und Lösungen im 5G- und IoT-Bereich zu testen und weiterzuentwickeln sowie diese der Telefónica Deutschland Gruppe und ihren Kunden zu präsentieren. Das Unternehmen und Wayra unterstützen die Start-ups mit verschiedenen Services, so etwa bei der Entwicklung von Hardware, mit einer IoT-Data-Management-Plattform oder 5G- und IoT-Test-SIM-Karten.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Die Förderung von Wayra konzentriert sich zunehmend auf Start-ups, die nachhaltige und klimaschonende 5G-Anwendungen vorantreiben. Dazu dient etwa die Beteiligung am Softwareunternehmen MOTIONTAG. Dessen Spezialität sind die Analyse von anonymisierten Mobilitätsdaten sowie eine selbstlernende Software, mit der Reisende per App den passenden Fahrschein kaufen können, ohne sich vorher mit Tarifzonen und Ticketoptionen beschäftigen zu müssen. Die Software lässt sich problemlos mit den IT-Systemen der Verkehrsbetriebe verknüpfen, die ihrerseits präzise Informationen über die Reisepräferenzen ihrer Kunden erhalten. Zudem können sie mit den gewonnenen Daten den Personal- und Materialeinsatz optimieren und den CO₂-Ausstoß verringern.

Das von Wayra unterstützte Unternehmen Fold AI erfasst mit Sensoren aktuelle Daten in Wäldern und Städten, sodass Förster und Stadtplaner ökologische, ökonomische und soziale Veränderungen und Risiken besser antizipieren können. Über ein Dashboard, diver-

se Apps, eine Cloud und 5G werden beispielsweise der Zustand und die Wachstumsentwicklung des Waldes erfasst. Die Lösung kann als wichtige Entscheidungshilfe für Forstverwalter und als Hebel zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen dienen. Die Anwendung von FoldAI wurde zudem in die Büroräume von Wayra integriert, um Luftfeuchtigkeit und andere Werte in Echtzeit bestimmen zu können.

Das Start-up Haltian setzt sich mit seiner IoT-Lösung für eine Verbesserung des Wohlbefindens und der Produktivität von Mitarbeitenden in Unternehmen ein. In Echtzeit gemessene Daten z. B. zu Luftqualität oder Raumbelastung erleichtern die Problemidentifikation. Die Technologie von Haltian wird in den Büroräumen von Wayra bereits genutzt.

Mit der Innovationsagentur Future Academy X hat Wayra außerdem eine Webinar-Reihe ins Leben gerufen, die Gründern und Unternehmen dabei helfen soll, besser mit den Herausforderungen des 21. Jahrhun-

derts umzugehen. Im Fokus der Workshops standen dabei beispielsweise Digitale Fitness, Handlungsfähigkeit, Responsive Mindset und soziale Intelligenz. Wayra hat 2020 mit The Funding Cocktail auch eine Konferenz von Investoren für Investoren initiiert, die Unternehmen mit Risikokapitalgebern aus ganz Europa zusammenbrachte und mit spannenden Keynotes und Podiumsdiskussionen bereichert wurde. Bei dem Event wurden alle Ticketerlöse an Social Impact gespendet, eine Agentur, die sich für soziale Innovationen und eine nachhaltige Zukunft einsetzt.

Vom Wirtschaftsmagazin CAPITAL ist Wayra im Jahr 2020 als **zweitbestes Innovation Lab** in Deutschland ausgezeichnet worden.

Wayra Tech Lab
in München



Digitale Inklusion



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

Commitment

Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Programmen und Initiativen zur Förderung der digitalen Teilhabe geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für zehn Millionen Menschen.

Unsere Erfolge

Nach unserer erfolgreichen #LOVEMOB-Kampagne haben wir mit der Initiative „WAKE UP!“ unser Engagement gegen Cybermobbing ausgebaut. Unser Corona-Care-Paket mit Smartphones, Tablets, Videos und Apps hat Senioren geholfen, in der Krise Kontakt zu Angehörigen und Freunden zu halten und sich die digitale Welt zu erschließen. Unser Digitalpaket für Schulen bietet eine Komplettlösung mit Information, Beratung, Technik und Internetzugang und damit wertvolle Unterstützung beim digitalen Lernen.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Durch unser hochwertiges Bildungsangebot für alle Altersgruppen möchten wir digitale Inklusion und den Abbau von Ungleichheiten in der Gesellschaft fördern. Wir möchten jedem den Zugang zur digitalen Welt bieten und schaffen dafür die Basis mit einem leistungsstarken Netz in Städten wie im ländlichen Raum.



UN Global Compact

Wir bekennen uns zu den UNGC-Prinzipien, die sich auf die Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsbekämpfung beziehen. Bei Digitale Inklusion lässt sich kein direktes Prinzip zuordnen, aber wir sind bestrebt, die UNGC-Prinzipien stets in unserem Handeln mitzubedenken.



LEGENDE

- übererfüllt
- voll erfüllt
- größtenteils erfüllt



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansatz:
Lokale Gemeinschaften (103-2;
103-3); Kundengesundheit, Schutz
der Kundendaten (103-2; 103-3);
GRI 102-12; 413-1

Digitale Souveränität für alle

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Digitale Teilhabe fördern

Wir wollen alle Menschen an den Vorteilen der Digitalisierung teilhaben lassen und ihnen ermöglichen, sich selbstbestimmt und sicher in der digitalen Welt zu bewegen. Gerade in der Corona-Pandemie wurde noch einmal deutlich, wie wichtig dieses Engagement ist. In dieser herausfordernden Zeit trägt die Digitalisierung wesentlich dazu bei, die Verbindung unter den Menschen zu erhalten und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Sie führt aber auch zu neuen Herausforderungen. Wir wollen die Menschen nicht nur mit dem Potenzial und den Chancen der Digitalisierung vertraut machen, sondern sie auch für mögliche Risiken sensibilisieren. Wie sich gerade heute zeigt, verfügen nicht alle Menschen über die technischen Voraussetzungen für oder das notwendige Wissen über den souveränen Umgang mit digitalen Medien. Daher setzt sich die Telefónica Deutschland Gruppe dafür ein, dass Menschen unterschiedlichen Alters einen leichteren Zugang zu Informationen, Medien und digitaler Technik erhalten und lernen, diese anzuwenden.

Seit vielen Jahren unterstützen wir junge Menschen dabei, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden und ihre technologischen sowie sozialen Kompetenzen auszubauen. Dieser Ansatz hat während der Corona-Pandemie noch an Bedeutung gewonnen, da viele Kinder und Jugendliche deutlich mehr Zeit online verbringen. Hier werden sie immer häufiger mit Hassbotschaften und digitaler Gewalt konfrontiert. Mit Initiativen wie #LOVEMOB oder „WAKE UP!“ geben wir Jugendlichen Hilfestellungen beim Umgang mit Cybermobbing. Hier haben wir uns an die besonderen Bedingungen während der COVID-19-Pandemie an-

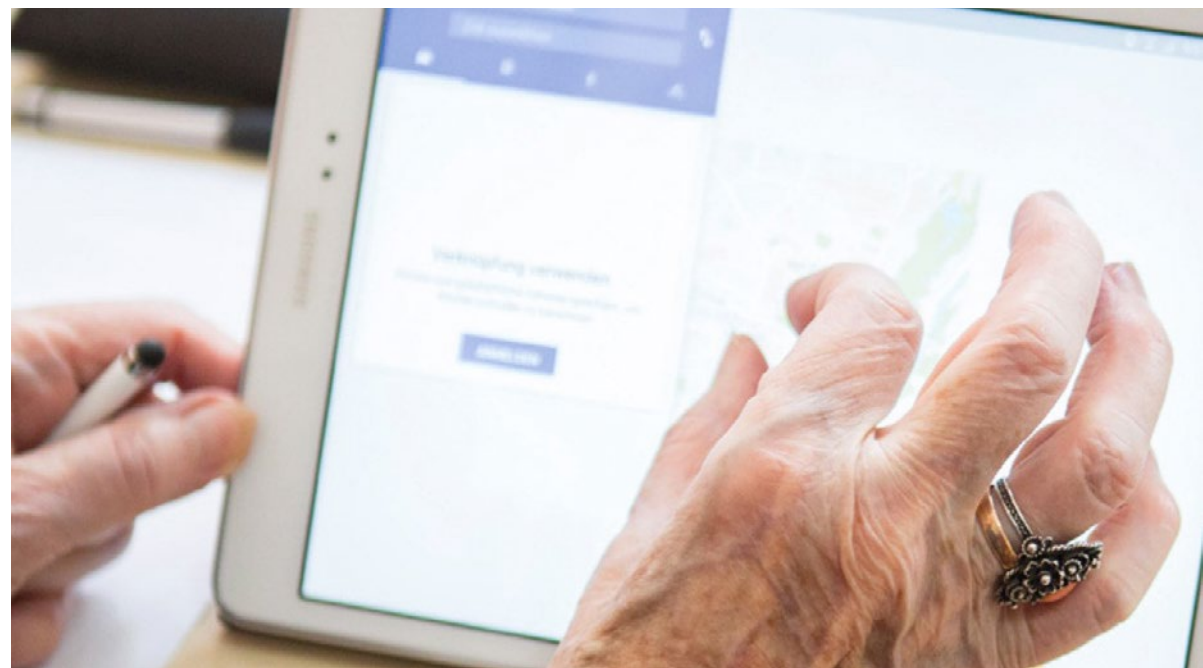
gepasst und interaktive Aufklärungs- und Lernformate für den digitalen Raum entwickelt.

Besonders deutlich wurden in den vergangenen Monaten die Defizite bei der Digitalisierung im Schulunterricht, welche die Bildungsungerechtigkeit unter jungen Menschen vielerorts verstärkt haben. Hier haben wir gemeinsam mit Partnern 250 Schüler aus benachteiligten Familien mit Tablets und Internetzugang unterstützt. Auch bieten wir Schulen gezielte Hilfe bei der Einrichtung und Nutzung einer digitalen Infrastruktur.

Darüber hinaus engagierte sich die Telefónica Deutschland Gruppe auch 2020 im Rahmen des Programms „Digital mobil im Alter“ gemeinsam mit

der Stiftung Digitale Chancen für die digitale Inklusion von älteren Menschen. Wir wollen auch diese Altersgruppe an den Vorteilen der digitalen Welt teilhaben lassen und ihnen besonders in der Pandemie-Situation helfen, mit neuen Technologien soziale Kontakte zu pflegen und möglicher Vereinsamung entgegenzuwirken. Dafür haben wir ein Corona-Care-Paket für ältere Menschen und Senioreneinrichtungen entwickelt, das Information, Weiterbildung, Beratung und technische Hilfe vermittelt sowie digitale Endgeräte inklusive SIM-Karten beinhaltet.

Nicht zuletzt waren auch im Berichtsjahr die O₂ Gurus eine wichtige Anlaufstelle für Interessierte aller Generationen zu Fragen, Tipps und Tricks rund um das digitale Leben.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

PROZESSE UND STEUERUNG Zielerreichung bei Programmen nachverfolgen

Im Rahmen des Responsible Business Plans 2020 der Telefónica Deutschland Gruppe haben wir das Ziel verfolgt, Menschen fit für die digitale Welt zu machen und bis 2020 zehn Millionen Menschen in allen Generationen mit unseren Programmen zu erreichen.

Um unsere Ziele für mehr digitale Teilhabe zu realisieren, haben wir unsere Maßnahmen und Projekte ausgewertet und diese auf Basis wissenschaftlicher Studien und Umfragen zielgerichtet weiterentwickelt. Auch in Zukunft nehmen wir eine detaillierte Bewertung der einzelnen Programme und Veranstaltungen vor. Als zentrale Plattform für den gesellschaftlichen Dialog über Fragen der digitalen Inklusion dient uns das Telefónica BASECAMP.

Zur Erfolgskontrolle nutzen wir Zielgrößen wie beispielsweise die Zahl der Teilnehmer an Veranstaltungen

und Fachtagungen sowie die Anzahl der Websitebesuche. Bei unseren Projekten holen wir zudem regelmäßig das Feedback der Teilnehmenden ein, um künftig noch besser auf deren spezifische Bedürfnisse und Erwartungen eingehen zu können. Die Verantwortung für die Förderprogramme liegt bei der Corporate-Responsibility-Abteilung des Unternehmens. Sie berichtet direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe und steuert die Programmentwicklungen sowie Prozesse mit den langjährigen Kooperationspartnern.

Pandemiebedingt haben wir viele geplante Formate des direkten und persönlichen Austauschs wie Workshops oder Diskussionsveranstaltungen durch Onlineformate und neue Angebote von Webserien, eduStories und Videotutorials ersetzt. Dazu zählt beispielsweise das Angebot von Video4You, das zur Nutzung digitaler Medien inspiriert und besonders auf die Inklusion verschiedener Nutzergenerationen ausgerichtet ist.

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

Commitment: Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Programmen und Initiativen zur Förderung der digitalen Teilhabe geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für zehn Millionen Menschen.

- Mit unseren Anti-Cybermobbing-Initiativen und öffentlichen Diskussionsveranstaltungen haben wir uns gegen digitale Gewalt engagiert und allein 2020 mit Onlineangeboten über 7.200 Menschen erreicht.
- Unser Programm „Digital mobil im Alter“ brachte älteren Menschen die digitale Welt näher, leistete Hilfestellung in Corona-Zeiten und hat auf diesem Weg knapp 88.000 Menschen erreicht.
- Think Big, das größte Sozialprogramm der Telefónica Deutschland Gruppe, hat fast 120.000 Jugendliche in 4.000 Projekten – davon 40.000 in den Jahren 2016 bis 2019 – dabei unterstützt, mit ihren eigenen Ideen zu Gestaltern der digitalen Welt zu werden.
- Unsere Mitarbeitenden im Service sowie in den Shops und Partner-Shops haben 11,2 Millionen Menschen über Workshops, Hotlines, Chats, Videos oder im persönlichen Gespräch inspiriert.

GRI Managementansatz:
Lokale Gemeinschaften (103-2;
103-3); Kundengesundheit, Schutz
der Kundendaten (103-2; 103-3);
GRI 102-12; 413-1



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansatz:
Lokale Gemeinschaften (103-2;
103-3); Kundengesundheit, Schutz
der Kundendaten (103-2; 103-3);
GRI 102-12; 413-1

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Begleiter auf dem Weg in die digitale Welt

Zeichen setzen gegen Cybermobbing

Cybermobbing ist zu einem wachsenden gesellschaftlichen Problem geworden. Viele Menschen fühlen sich immer wieder durch Beleidigungen und Bedrohungen anderer in ihrer Freiheit eingeschränkt oder sogar bedroht. Die Anonymität des Internets enthemmt Täter, eine strafrechtliche Verfolgung ist oft schwierig.

Laut einer Studie des Bündnisses gegen [Cybermobbing](#) aus dem Jahr 2020 wurden allein in Deutschland beispielsweise fast zwei Millionen Kinder und Jugendliche Opfer von Bedrohungen und Beleidigungen im Netz.

Weiter macht die Studie die Dimension von Cybermobbing deutlich: 17,3% der Kinder und Jugendlichen im Alter zwischen 8 und 21 Jahren sind von Cybermobbing betroffen. Dieser Wert liegt um mehr als ein Drittel höher als noch im Jahr 2017. Die Opfer werden dabei immer jünger. Jeder zehnte Grundschüler sei nach Aussage der Eltern bereits Opfer von Cybermobbing gewesen. Bei den 13- bis 17-Jährigen gab sogar jeder vierte Schüler an, Cybermobbing schon mal erlebt zu haben.

Kinder und Jugendliche haben 2020 angesichts der weitreichenden Maßnahmen während der Corona-Pandemie und der Schulschließungen mehr Zeit im Internet verbracht. In diesem Umfeld beobachtete das [Bundeskriminalamt](#) eine Zunahme von Falschmeldungen, extremistischer Propaganda und auch von Cybermobbing.

Wir haben deutschlandweit mit unserer Initiative ein Zeichen gegen Cybermobbing und digitale Gewalt gesetzt, beispielsweise mit der in den Jahren 2019 und 2020 durchgeführten Kampagne [#LOVEMOB](#) unserer Mobilfunkmarke O₂ für mehr digitale Zivilcourage. Mit der im Sommer 2020 gestarteten gemeinsamen Initiative „WAKE UP!“ von O₂, der Freiwilligen Selbstkontrolle



Multimedia Dienstanbieter (FSM) und Yaez, der Agentur für Bildungskommunikation, wollen wir die digitale Souveränität von Jugendlichen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt weiter stärken. In der sechsteiligen Webserie „WAKE UP!“ lernen Schüler, Lehrer und Eltern, welche Formen Cybermobbing annehmen kann und erfahren, wie sie etwas zu einem fairen und respektvollen Umgang im Netz beitragen können. Wichtiges Element sind hier die sogenannten eduStories – digitale Lernmodule mit spielerischem Charakter, bei denen den Schülern Aufgaben gestellt werden, die sie mit Hilfe von multimedialen Inhalten lösen können. Die Module lehnen sich an den beliebten Stories aus den sozialen Medien wie etwa Instagram und TikTok an und greifen somit die Lebenswelt der Jugendlichen auf. Außerdem verweisen die Videos auf konkrete Hilfsangebote verschiedener Stellen. Hinter dem Projekt steht ein fundiertes pädagogisches Konzept. Durch die interaktive Kompetenzvermittlung können die Inhalte der Initiative auch an Schulen sowie auf Workshops, Messen und Events eingesetzt werden. Alle Angebote und Informationen sowie weitere Hintergründe rund um das Thema Cybermobbing sind auf der Website [wakeup.jetzt](#) gebündelt und kostenfrei zugänglich.

Unser Engagement gegen Cybermobbing wird begleitet durch vielfältige Veranstaltungen im Telefónica BASECAMP, die aufgrund der Corona-Pandemie in Online- und Hybridformate umkonzipiert wurden. So haben sich im Rahmen des Formats young+restless junge Netzaktivisten, Medienpädagogen, FSM-Vertreter und Experten mit zahlreichen Gästen darüber ausgetauscht, wie sich Cybermobbing auf Jugendliche auswirkt und was man dagegen tun kann. Dabei standen verschärfte gesetzliche Regelungen und konkrete Hilfs- und Beratungsangebote ebenso im Vordergrund wie Präventionsarbeit, die Vermittlung von Medienkompetenz und eine verbesserte Zusammenarbeit von Eltern, Lehrern und Polizei.

Hass im Netz und digitale Gewalt können vielfältige Formen annehmen und unabhängig vom Alter alle Menschen treffen, die digitale Medien nutzen. Entsprechend ist es dringender denn je, dass geeignete Gegenstrategien von Politik und Gesellschaft entwickelt werden. Dazu diskutierten wir im Oktober 2020 gemeinsam mit der Bundesministerin für Frauen, Senioren, Familie und Jugend, Franziska Giffey, im virtuellen Debattenraum Telefónica BASECAMP on Air

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansatz:
Lokale Gemeinschaften (103-2;
103-3); Kundengesundheit, Schutz
der Kundendaten (103-2; 103-3);
GRI 102-12; 413-1

mit Influencern sowie Vertretern von Beratungs- und Hilfsorganisationen und aus unserem Unternehmen. Vorgestellt wurde in diesem Rahmen zudem die Initiative „Stärker als Gewalt“ des zuständigen Bundesministeriums. Diese möchte erreichen, dass mehr Frauen und Männer Mut haben, sich gegen digitale Gewalt zu wehren, und dass mehr Menschen im Umfeld von betroffenen Personen helfen. Über die professionellen Akteure hinaus soll so eine Bewegung geschaffen werden, die von der engagierten Zivilgesellschaft bundesweit getragen wird.

Auch der UdL Digital Talk im September 2020 beschäftigte sich mit dem Kampf gegen den Hass im Netz. Dazu diskutierten Bundesjustizministerin Christine Lambrecht und Philipp Westermeyer, Gründer von Online Marketing Rockstars (OMS), bei einer Hybridveranstaltung unter Einhaltung strenger Hygieneanforderungen im BASECAMP. Debattiert wurde, wie wir im Internet miteinander umgehen und welche Maßnahmen der Staat ergreifen sollte, um die Bürger vor Hassreden zu schützen und der Gefährdung der Demokratie entgegenzutreten. Im Fokus standen dabei die Förderung von Medienkompetenz, klare gesetzliche Verpflichtungen für Betreiber sozialer Netzwerke, gegen Hasskriminalität vorzugehen, und die Unterstützung von Organisationen, die sich gegen digitale Gewalt engagieren.

Digitale Kluft unter Schülern verringern

Die Corona-Pandemie hat Versäumnisse bei der Digitalisierung im Bildungsbereich noch offensichtlicher gemacht. Schulen sind vielfach nicht ausreichend ausgestattet für digitales Lernen, während Lehrer vor der Herausforderung stehen, sich neue Kompetenzen aneignen zu müssen. Laut einer [Studie der Initiative D21](#) haben 75 % der Familien im Homeschooling Hürden beim digitalen Unterricht erlebt. Es liegt in unser aller Verantwortung, dass die Kluft zwischen Kindern aus besser gestellten und denen aus finanziell benachteiligten Familien nicht noch größer wird. Dazu sollen auch die Programme und Initiativen beitragen, mit denen wir Kindern und Jugendlichen den Zugang

zu einem digitalen und selbstbestimmten Leben erleichtern wollen.

So unterstützte O₂ gemeinsam mit dem Deutschen Kinderhilfswerk und Amazon 250 Schüler mit Notebooks und kostenlosem Internetzugang beim digitalen Lernen. Gerade in sozialen Brennpunktgebieten gibt es Elternhäuser, die aufgrund der großen Geschwisterzahl oder der beengten Wohnverhältnisse nicht in der Lage sind, ihre Kinder angemessen im Homeschooling zu unterrichten. Im Fokus der Hilfe standen diejenigen Schüler, die auch nach den schrittweisen Schulöffnungen aufgrund ihrer Familiensituation nicht am Präsenzunterricht teilnehmen können, beispielsweise weil in ihrem Haushalt eine gesundheitlich besonders gefährdete Person lebt. Darüber hinaus wurden Kinder, die aufgrund ihrer schulischen Situation besondere Förderung benötigen, durch digitale Nachhilfeangebote des Deutschen Kinderhilfswerks unterstützt.

Partnerschaftlich umgesetzt wurde das Hilfsprojekt mit Einrichtungen wie Kinderhäusern und Kontaktstellen des Deutschen Kinderhilfswerkes, verschiedenen Partnervereinen, der Johanniter-Unfall-Hilfe, der

Caritas, einem Frauenhaus, Flüchtlingsunterkünften und einem Verein für Straßenkinder.

Schulen für die Digitalisierung fit machen

Auch mithilfe unserer Produkte und Services wollen wir einen Beitrag für den Digitalisierungsschub im Bildungsbereich leisten. So ermöglicht O₂ Business mit einem ebenso einfachen wie effizienten [Digitalpaket für Schulen](#) inklusive umfangreichen Informations- und Beratungsleistungen einen schnellen Zugang ins Zeitalter des digitalen Lernens. Das Angebot umfasst dabei Apple iPads, einen Mobilfunktarif mit unbegrenzter Datennutzung und Lern-Apps. Unsere O₂ Business-Experten konfigurieren die Geräte und unterstützen bei der Einrichtung und dem Betrieb des Apple School Managers. Mit technischen Voreinstellungen ist sichergestellt, dass die Internetnutzung nur für die Lern-Apps und damit ausschließlich für schulische Zwecke ermöglicht wird.

Die Digitalisierung in den Schulen unter den Bedingungen der Corona-Krise war 2020 immer wieder Gegenstand von digitalen Informationsveranstaltungen und Diskussionsrunden im BASECAMP. So diskutierten im Oktober beim VATM Digital Lunch Break Bundespoli-



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

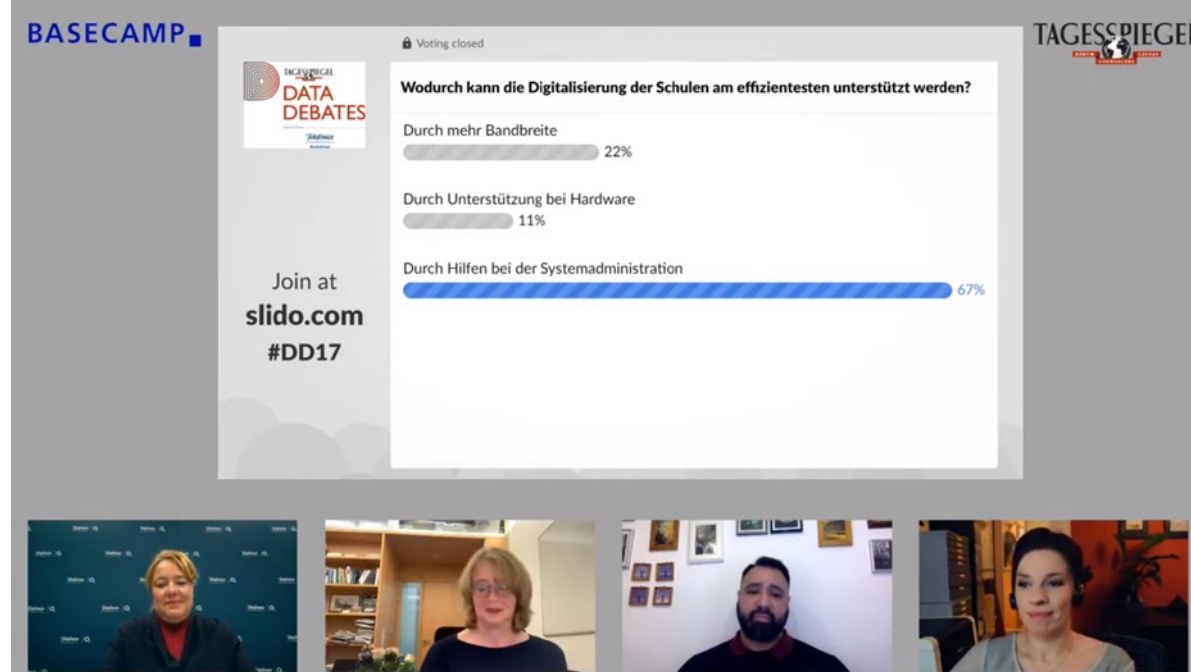
GRI Managementansatz:
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3); Kundengesundheit, Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-12; 413-1

tiker, Unternehmens- und Verbandsvertreter mit Bildungsexperten unter der Leitfrage „Digitalisierung – Ist unser Bildungssystem fit für die Zukunft?“. Im Mittelpunkt standen die Schwierigkeiten bei der Umsetzung des Digitalpakts, eine zukunftsgerichtete Transformation des Bildungssektors sowie die Vermittlung von Kompetenzen für eine digitalisierte Berufswelt.

Auch bei den Tagesspiegel Data Debates ging es im Dezember 2020 um das Thema „Digitale Schule in der Corona-Krise: Notlösung oder Revolution?“. Hier wurden insbesondere Strategien und Lösungen für eine durchgreifende Modernisierung des Schulsystems auf digitaler Basis und Aufholbemühungen gegenüber anderen EU-Ländern erörtert, die in puncto Informations- und Kommunikationstechnologien sowie virtuellen Lernumgebungen weit voraus sind. Den Impulsvortrag hielt Dr. Stefanie Hubig, Staatsministerin für Bildung des Landes Rheinland-Pfalz und Präsidentin der Kultusministerkonferenz, woran sich die Diskussion mit weiteren Akteuren und Experten aus Politik, Bildung und Wirtschaft anschloss. Die Telefónica Deutschland Gruppe ist Initiator und Partner dieser bekannten Veranstaltungsreihe in Zusammenarbeit mit Berlins größter Tageszeitung.

„Digital mobil im Alter“ stärkt Kompetenzen der Senioren

Digitale Technologien können älteren Menschen helfen, länger unabhängig in den eigenen vier Wänden zu wohnen und ihr Leben selbstbestimmter zu gestalten. Hierbei ist neben der Medienkompetenz auch das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten eine Grundvoraussetzung. Wie auch im 8. Altersbericht der Bundesregierung thematisiert, existiert aber bei der Generation 65+ eine relativ breite Kluft zwischen denen, die diese Möglichkeiten bereits für sich zu nutzen wissen und denen, die sich aus unterschiedlichen Gründen noch gehemmt zeigen. Wie aktuelle [Zahlen des statistischen Bundesamtes](#) belegen, haben über 7 Millionen Menschen ab 70 Jahren das Internet noch nie genutzt.



Seit fast 10 Jahren setzen wir uns gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen für mehr digitale Teilhabe von Senioren ein. So ermöglichen wir älteren Menschen im Projekt „Digital mobil im Alter“ acht Wochen lang unter fachkundiger Begleitung Tablets auszuprobieren und Online-Erfahrungen zu sammeln. Im Jahr 2020 erreichte das Programm rund 47.000 ältere Menschen (Vj. 2019: 32.000). Zu den Multiplikatoren von „Digital mobil im Alter“ zählen Vertreter aus Ministerien und Politik, Wohlfahrtsverbände, soziale Träger, Seniorenbeiräte/-vertretungen, Einrichtungen für Senioren sowie Vereine und Ehrenamtliche.

Eine wichtige Unterstützung bei der Gestaltung von Angeboten für Senioren bietet der Leitfaden „Digitale Kompetenzen für ältere Menschen“, der 2019 auf Basis einer von der Stiftung Digitale Chancen und uns initiierten Studie erarbeitet wurde. Der Leitfaden wurde 2020 neu aufgelegt, bundesweit an Einrichtungen verteilt und allen Interessierten auch als Download zur Verfügung gestellt.

Digitales Corona-Care-Paket für Senioren aufgelegt

Mit Beginn der Corona-Pandemie hat sich gezeigt, wie wichtig der Zugang zu digitalen Medien besonders für ältere Generationen ist. Aus diesem Grund haben die Telefónica Deutschland Gruppe mit ihrer Kernmarke O₂ und die Stiftung Digitale Chancen zu Beginn der Krise ein digitales Versorgungspaket konzipiert, das speziell auf die Anforderungen älterer Menschen abgestimmt wurde.

So helfen wir Senioren nicht nur dabei, mit Freunden und Familie in Kontakt zu bleiben. Wir erleichtern ihnen auch den Zugang zu wichtigen Informationen und Angeboten. Das hilft ihnen, den Kontakt zur Außenwelt nicht zu verlieren und ihr Leben selbstbestimmter zu gestalten.

Besonders geschulte O₂ Helfer stehen telefonisch für Fragen von Senioren zur Verfügung und beraten sie bei allen Themen rund um Handys und Tablets. Gemeinsam mit Emporia und Huawei stellen die Partner

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansatz:
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3); Kundengesundheit, Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-12; 413-1

für Seniorenheime Smartphones und Tablets auf Leihbasis zur Verfügung, auf denen gerade für die Krisensituation hilfreiche Apps vorinstalliert sind. Mit dieser Ausstattung können die Senioren beispielsweise per Videochat kommunizieren, sich über ÖPNV-Fahrpläne informieren, Online-Käufe tätigen, Unterhaltungsangebote wahrnehmen, spielen und ihre geistigen Fertigkeiten trainieren.

Erklärvideos führen die Nutzer in den Gebrauch von Suchmaschinen, Handy-Betriebssystemen und Videoplattformen ein. Der Podcast „Digital mobil im Alter“ mit RBB-Moderator Daniel Finger informierte zudem über sechs Folgen hinweg zu den wichtigsten Themen rund um die Anwendung digitaler Technologie in der Krise. Für Seniorentainer haben wir umfangreiches Schulungsmaterial sowie Webinare zur Verfügung gestellt, damit sie bestmöglich für die Schulungen in den Senioreneinrichtungen vorbereitet sind.

Die Partner haben im Jahr 2020 im Rahmen des Projekts hochgerechnet 600 Senioren in 50 Senioreneinrichtungen in ganz Deutschland Smartphones und Tablets samt SIM-Karten kostenlos zur Verfügung gestellt.

In Zeiten der Pandemie kam es uns auch darauf an, den älteren Menschen vor Ort praktische Hilfestellung zu leisten. So machte O₂ im Rahmen der Initiative „Digital mobil im Alter“ mit dem my Service on Tour-Anhänger Station auf dem Marktplatz von Wittstock an der Dosse im nordwestlichen Brandenburg. Vier Tage lang beantworteten Mitarbeitende Fragen der Senioren zu Einrichtung und Bedienung von Geräten und Anwendungen und gaben Kurse rund um Videotelefonie, Kurznachrichtendienste und soziale Medien. An Bord des acht Meter langen, barrierefrei zugänglichen Anhängers befanden sich zudem eine Hardwareausstellung, abschließbare Ladestationen für Endgeräte sowie ein Beratertisch.

Unser Ziel ist, das Angebot zur digitalen Inklusion älterer Menschen um attraktive Formate zu erweitern, z. B. mit einer digitalen „Schnitzeljagd“, die dazu anregt, die eigene Stadt spielerisch zu erkunden.

Pandemiebedingt haben wir dieses Format im Jahr 2020 auf eine reine Online-Variante umgestellt. Auch dieses Angebot wurde gut angenommen, so etwa durch Teilnehmer der Berliner Seniorenwoche und des Seniorenkongresses.

Produkt- und Service-Angebote für Senioren

O₂ bietet Endgeräte an, die durch komfortable Vorinstallation wichtiger Anwendungen Senioren das Leben leichter machen, wie z. B. das Android-Smartphone emporiaSMART.3 und das Klapphandy emporia-TOUCHsmart. Alle Modelle des Anbieters verbindet eine einfache Bedienbarkeit, ein übersichtliches Display, die Kompatibilität mit Hörgeräten und eine Notruffunktion.

Auch bei der Tarifgestaltung wollen wir die Möglichkeiten für Senioren erweitern, die Digitalisierung einfach und unbeschwert zu nutzen. Seit September 2020 erhalten Kunden ab 60 Jahren dauerhaft 10 Euro Rabatt auf die monatliche Grundgebühr der aktuellen O₂ Free Mobilfunktarife. Dieser Preisvorteil erleichtert es der Zielgruppe, sich anstelle eines Basistarifs gleich von Anfang an für mehr Datenvolumen zu entscheiden.

O₂ Gurus an der Seite unserer Kunden

Unter dem Motto „Helfen, beraten, inspirieren“ haben die O₂ Gurus unseren Kunden unterschiedlichen Alters sowohl online als auch in den O₂ Shops auch 2020 zur Seite gestanden. Im direkten Gespräch vor Ort oder über Videochat haben sie Nutzern unterschiedlichen Alters den bestmöglichen Umgang mit digitalen Technologien nähergebracht. So wurden unsere Video-Beratungsmöglichkeiten im Jahr 2020 drei Millionen Mal genutzt. Das Angebot umfasste außerdem zahlreiche Erklärvideos, mit denen digitale Produkte und Services einfach und verständlich visualisiert werden.

Unsere Kunden erwarten sowohl Fachwissen zu digitalen Themen als auch eine kompetente Verkaufsberatung. Wir haben uns dazu entschieden, das „O₂ Guru“-Konzept zum Herbst des Berichtsjahres einzustellen und durch ein gesamtheitliches Service-Angebot abzulösen, um künftig jeden Ansprechpartner zu einer vollumfänglichen Beratungsleistung zu befähigen. Diese bieten wir unseren Kunden seit Oktober 2020 sowohl in den Shops als auch an der Hotline aus einer Hand an.



Datenschutz und Informationssicherheit



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

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, Mitarbeitenden, Partner und Investoren in allen Produkten und Prozessen und stellen eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe sicher. Wir agieren dabei einfach und transparent und tauschen uns frühzeitig mit allen relevanten Interessengruppen über Innovationen aus.

Unsere Erfolge

Wir haben ein neues datenschutzrechtliches Risikomanagementsystem und einen neuen Prozess zur Datenschutzberatung einschließlich neuer Tools und Dokumente eingeführt. Die Datenschutzfolgeabschätzung bei Datenverarbeitungen mit erhöhten Risiken wurde neu strukturiert. Gemeinsam mit der Deutschen Telekom und Vodafone haben wir das Projekt „Zero Impact“ entwickelt, das zur Stärkung der Resilienz der Telekommunikationsbranche gegen Cyberangriffe dient.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Strikte Regeln und Prozesse tragen dazu bei, den Datenschutz konsequent zu sichern, Informationssicherheit zu gewährleisten und relevante Gesetze sowie Verordnungen einzuhalten. Unsere Kunden sollen stets die Souveränität über ihre persönlichen Daten behalten.



UN Global Compact

Wir bekennen uns zu den UNGC-Prinzipien, die sich auf die Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsbekämpfung beziehen. Bei Datenschutz und Informationssicherheit lässt sich kein direktes Prinzip zuordnen, aber wir sind bestrebt, die UNGC-Prinzipien stets in unserem Handeln mitzuberücksichtigen.



LEGENDE

- übererfüllt
- voll erfüllt
- größtenteils erfüllt

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze: Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-43

Datenschutz & Informationssicherheit im Fokus

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Verantwortungsbewusste Digitalisierung bedingt konsequenten Datenschutz und konsequente Informationssicherheit

Datensicherheit ist von höchster gesellschaftlicher Bedeutung, denn das Vertrauen der Menschen und ihr Schutz vor Risiken sind das Fundament für eine erfolgreiche Digitalisierung. Die fortschreitende Digitalisierung fordert uns heraus, Datenschutz und Privatsphäre neu zu denken, auch vor dem Hintergrund der zunehmenden allgemeinen Bedrohungslage bezüglich Cyberattacken.

Vielfältige digitale Formate als sichtbarer Ausdruck einer veränderten Arbeitswelt, das während der Pandemie bevorzugt genutzte Homeoffice sowie der dabei insgesamt ausgelöste Digitalisierungsschub haben die Herausforderungen für den Datenschutz und die Informationssicherheit nochmals gesteigert – nicht nur in unserem Unternehmen, sondern auch in der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern. Zugleich gilt für unser Unternehmen, sich schnell wandelnden rechtlichen Rahmenbedingungen anzupassen. Außer auf die Verschärfung der Rechtslage bei Datenübermittlungen in Nicht-EU-Staaten infolge des sogenannten Schrems-II-Urteils müssen wir auf weitere Gesetzesinitiativen mit erheblichem Beratungs- und Umsetzungsbedarf reagieren, wie etwa die Änderung des Telekommunikationsgesetzes und weitere neue Rechtsmaterien für Datenschutz und Sicherheit in der digitalen Welt.

Wir sind ein Unternehmen, dessen Kerngeschäft mit Daten generiert wird. Millionen Kunden vertrauen jeden Tag dem Mobilfunknetz und den Diensten der Telefónica Deutschland Gruppe. Datenschutz und Informationssicherheit sind daher wesentliche Themen unseres verantwortungsbewussten Unternehmenshandelns. Es geht hier um nichts weniger als den Schutz unseres Unternehmens und das Vertrauen der Kunden in uns. Gesetzeskonformität ist auf diesem Gebiet unerlässlich für die Reputation und Kundenbindung, die entscheidend für den Unternehmenserfolg sind. Zugleich ist dies ein wichtiger Beitrag zur Risikoprävention, indem Sanktionen wie etwa Bußgelder wirksam vermieden werden.

Wir räumen deshalb dem Schutz und der Sicherheit der Kundendaten oberste Priorität ein und stellen sicher, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten. Datenschutz und IT-Sicherheit gewährleisten wir auf Grundlage der relevanten Gesetze und Verordnungen sowie über interne Vorgaben, die teilweise über die rechtlichen Anforderungen hinausgehen. Auch in unseren Geschäftsgrundsätzen verpflichten wir uns zum Datenschutz sowie zur Wahrung der Informationssicherheit und Transparenz. Personenbezogene und sensible Daten behandelt die Telefónica Deutschland Gruppe vertraulich und sichert sie gegen mögliche Zugriffe von unberechtigten Dritten ab. In unseren Prozessen und Produkten schützen wir die Daten unserer Kunden sowie unserer Mitarbeitenden, Partner und Investoren. Mit geeigneten Maßnahmen wollen wir eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe sicherstellen.

PROZESSE UND STEUERUNG

Klare Regeln und Prozesse etabliert

Klare Regeln und Prozesse tragen dazu bei, den Datenschutz konsequent zu sichern, Informationssicherheit zu gewährleisten und relevante Gesetze sowie Verordnungen einzuhalten. Dafür überarbeiten wir regelmäßig bestehende und verabschieden neue Richtlinien, sofern erweiterter Regelungsbedarf identifiziert wird, und implementieren diese im Unternehmen. Zu den maßgeblichen Rahmenwerken gehören der Konzernstandard Datenschutz als Grundlage des Datenschutz-Management-Systems (DSMS) sowie unsere Leitlinien zum Datenschutz. Damit stellen wir unsere Prinzipien im Umgang mit Daten und in der Kommunikation mit unseren Kunden sowie der Öffentlichkeit transparent dar.

Für die gesamte Organisation gelten die internen Vorgaben zur Sicherheit sowie Regeln für Mindestsicherheitsanforderungen. Diese werden durch eine Vielzahl weiterer Richtlinien, Normen und Verfahrensanweisungen zu verschiedenen Datenschutzaspekten ergänzt. Dazu gehören die Richtlinie zur Meldung von Datenschutz- und Informationssicherheitsvorfällen, die Richtlinie Datenschutz Informationspflichten, die Richtlinie Datenschutzverträge, die Checkliste für Betroffenenrechte nach der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) bezüglich der Verarbeitung von Daten von Nutzern bzw. Kunden, der PCP (Privacy Consulting Process), die Richtlinie zur Nutzung von Social Apps sowie verschiedene Verfahrensanweisungen. Die Vorgehensweise zur Identifizierung und Minderung von Informationssicherheitsrisiken ist in unserem Sicherheitskonzept nach §109 Telekommunikationsgesetz

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze:
Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-43

dokumentiert. Unsere Datenschutzrichtlinie umfasst klare Vorgaben zum Schutz personenbezogener Daten, die oftmals sogar über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen. Unsere Mitarbeitenden erhalten dazu jedes Jahr eine Schulung. Alle Beschäftigten sind zudem auf das Daten- und Fernmeldegeheimnis verpflichtet.

Die Verantwortung für die Steuerung und strategische Ausrichtung des Datenschutzes und der Informationssicherheit tragen der Datenschutzbeauftragte sowie der Chief Security Officer. Diese berichten direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe. Der Vorstand wird mindestens zweimal pro Quartal über die Informationssicherheit umfassend in Kenntnis gesetzt. Neben dem tagenden Sicherheitsausschuss der Gesellschaft und dem Deep Dive Corporate Security berichtet der Chief Security Officer zudem regelmäßig an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats, viermal im Geschäftsjahr 2020. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses berichtet dem Aufsichtsrat zur Tätigkeit des Prüfungsausschusses.

Effiziente Strukturen und Prozesse sollen Verstöße im Bereich des Datenschutzes und der Informationssicherheit verhindern. Mit unserem unternehmensweiten Datenschutz-Management-System (DSMS) und Informationssicherheits-Management-System (ISMS) steuern wir die Prozesse zur Sicherung von Datenschutzstandards, unsere Zielvorgaben, Verantwortlichkeiten und Trainings sowie eine regelmäßige Kontrolle der realisierten Maßnahmen. In den Fachbereichen sind außerdem Security Manager für die Informationssicherheit sowie Datenschutzkoordinatoren zur besseren Steuerung des DSMS als feste Ansprechpartner etabliert.

Wir arbeiten nur mit Geschäftspartnern zusammen, die unsere datenschutzrechtlichen Vorgaben gemäß der Richtlinie zu Datenschutzverträgen und den entsprechenden Verträgen akzeptieren. Darüber hinaus führen wir u. a. bei Dienstleistern vor Ort Audits zu Datenschutz und Informationssicherheit durch. Für die Einbindung von Subdienstleistern verfolgt die Telefónica Deutschland Gruppe ebenfalls klare Prozesse und Regelungen und macht entsprechende Vorgaben für Verträge. Zudem wird unser Unternehmen regelmäßig von der Bundesnetzagentur (BNetzA) und dem Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) als zuständige Behörden auditiert.

Auch hinsichtlich der Meldung von Datenschutz- oder Sicherheitsvorfällen handeln wir nach festen Regeln, welche in der Richtlinie Sicherheitsvorfälle sowie in der Verfahrensanweisung Datenschutzvorfälle niedergelegt und im Unternehmen kommuniziert sind. Unsere Datenschutz-Hotline stellt eine erste, gut erreichbare Anlaufstelle für die Meldung von Vorfällen dar. Unsere

Lieferanten und ihre Mitarbeitenden können sich bei Beschwerden zudem über das Lieferantenportal der Telefónica Deutschland Gruppe an uns wenden. Bei allen Anfragen zum Datenschutz streben wir eine schnelle und eindeutige Beantwortung an und haben dafür klare operative Prozesse definiert.

Die Telefónica Deutschland Gruppe betreibt zudem ein Cyber Defence Center (CDC), um die Cyber-Risiken für das Unternehmen zu reduzieren und die Abwehr von Cyberangriffen zu verbessern. Das CDC ist ein zentrales Sicherheitszentrum, das unser Unternehmen vor Cyberangriffen schützt. Hierzu werden Schlüsselereignisse in unseren Netzwerken und dem Internet permanent analysiert und bewertet. Dies hilft, Angriffe zu identifizieren und deren Auswirkungen durch schnelle Reaktionen zu minimieren. Den Folgen der stetig steigenden Bedrohung durch Cyberkriminalität begegnen wir zudem mit einer weitreichenden Versicherung gegen Risiken aus den Bereichen Informationssicherheit und Datenschutz.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze: Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-43; 418-1

Vor der Verarbeitung von Daten nehmen wir in den IT-Entwicklungs- und -Analyse-Prozessen sowie auch an anderen unternehmensbereichsspezifischen Prozessen standardisierte Prüfungsschritte vor. Unsere Ziele im Bereich Datenschutz und Informationssicherheit sind:

- durch bestmögliche Einhaltung der Datenschutzbestimmungen die Einleitung von Verfahren wegen Verletzung datenschutzrechtlicher Bestimmungen ausschließen
- Verhältnis von eingeleiteten Verfahren zu tatsächlichen Verstößen minimieren
- Datennutzung transparent darstellen
- bei eintretenden Großstörungen und Gefährdungslagen wie Netzausfällen, Datenmissbrauch, Bombendrohungen o. Ä. schnell reagieren können
- Handlungsfelder im Bereich Informationssicherheit lokalisieren

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden drei Verfahren wegen Verletzung des Datenschutzes und Verstoßes gegen gesetzliche Vorschriften in diesem Bereich eingeleitet. Der Anstieg zum Vorjahr lässt sich dadurch erklären, dass die drei offenen Verfahren bisher noch nicht final bearbeitet wurden. Es sind keine Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes verhängt worden. Im Jahr 2020 wurden 25 meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Hinblick auf Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit bezüglich der Netz- und Informationssicherheit identifiziert. Die aufgetretenen Ereignisse beziehen sich ausschließlich auf das Schutzziel Verfügbarkeit und sind auf Störungen von Netzelementen zurückzuführen.

DATENSCHUTZ UND INFORMATIONSSICHERHEIT IN ANZAHL

	2017	2018	2019	2020
Eingeleitete Verfahren aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes (§ 109a TKG) ¹	1	0	0	3
Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes im laufenden Jahr	0	0	0	0
Meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit	9	36	26	25
Sanktionen in Form von Bußgeldern, die im Zusammenhang mit Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit gezahlt wurden	0	0	0	0

¹ Unter eingeleiteten Verfahren sind nur laufende und nicht abgeschlossene Verfahren zu verstehen. Abgeschlossene Verfahren führen i. d. R. zu einer Sanktion, einem Bußgeld oder zu einer Einstellung des Verfahrens, da sich ein Verdacht der Behörde nicht erwiesen hat. Bußgelder werden im Indikator „Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes im laufenden Jahr“ berichtet.

Responsible Business Plan
2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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, Mitarbeitenden, Partner und Investoren in allen Produkten und Prozessen und stellen eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefonica Deutschland Gruppe sicher. Wir agieren dabei einfach und transparent und tauschen uns frühzeitig mit allen relevanten Interessengruppen über Innovationen aus.

- Zur Erfüllung der erhöhten gesetzlichen Anforderungen – insbesondere der DSGVO – haben wir zahlreiche Prozesse und Dokumente überarbeitet.
- Wir haben ein neues, umfassendes Datenschutzmanagementsystem (DSM) implementiert und unsere Datenschutzorganisation auf die einzelnen Fachbereiche des Unternehmens ausgedehnt.
- Mit einem breiten Spektrum an Schulungen und Awareness-Kampagnen haben wir unsere Mitarbeitenden für den Datenschutz sensibilisiert. Zu den Schwerpunkten zählten die Themen Zivilcourage, Wirtschaftsspionage und Sicherheit auf Dienstreisen.
- Es wurden gegen uns keinerlei Sanktionen in Form von Bußgeldern für Verstöße im Bereich Datenschutz und Informationssicherheit verhängt.

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze: Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-12; 102-43

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Sensibilisierung und Aufklärung vorantreiben

Wir klären regelmäßig, zielgerichtet und verständlich über die Art unserer Datenverarbeitung auf. Dabei richten wir uns an den Prinzipien Selbstbestimmung, Transparenz, Schutz personenbezogener Daten sowie Innovation aus, die auch in unseren Leitlinien im Bereich Datenschutz verankert sind.

Zu den wichtigsten Informationsinstrumenten zählen die Datenschutzwebsite der Telefónica Deutschland Gruppe sowie die jeweils eigenen **Datenschutz-websites** unserer Marken für einen direkten und zielgerichteten Zugriff unserer Kunden. Hier erklären wir detailliert, welche Arten von Daten die Telefónica Deutschland Gruppe nutzt, wie wir die Daten unserer Kunden schützen und was sie selbst für ihren eigenen Schutz tun können. Zudem haben Verbraucher hier die Möglichkeit, von ihren Rechten gemäß DSGVO Gebrauch zu machen. Die Datenschutzhinweise zu unseren Verträgen erhalten die Kunden zusätzlich auch bei Vertragsschluss. Unsere Mitarbeitenden werden regelmäßig und verpflichtend zum Datenschutz und zur Informationssicherheit geschult, auch mit Unterstützung externer Datenschutzexperten. Datenschutzkoordinatoren, die als Schnittstelle zwischen den Mitarbeitenden im Fachbereich und dem Datenschutzteam fungieren, erhalten regelmäßig eine besonders umfangreiche Schulung. Die Teilnahme an der webbasierten Schulung zum Datenschutz ist für die Mitarbeitenden jährlich verpflichtend. Im Berichtsjahr haben 80,3 %¹ der Mitarbeitenden mit insgesamt 6.198 Trainingsstunden an einer Schulung zum Datenschutz teilgenommen. Die Trainings zur Informationssicherheit, die zugleich das Thema Cyber-Kriminalität abdecken, finden als Präsenzs Schulungen, aber auch online statt. Die Teilnahme an der webbasierten Schulung ist für die Mitarbeitenden im 2-Jahres-Abstand

verpflichtend. Bei Bedarf können sie auch unterjährig Online-Trainings eigenverantwortlich absolvieren. Zum Ende des Berichtsjahres lag die Teilnahmequote zur Informationssicherheit bei 90,2 %² mit insgesamt 5.222 Trainingsstunden.

Im Berichtsjahr haben wir zudem eine Mitarbeiterkampagne zur Sensibilisierung bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Tagesgeschäft durchgeführt. Hier ging es insbesondere um die Beachtung des personenbezogenen Datenschutzes im E-Mail-Verkehr, bei Telefonaten im öffentlichen Raum und im Umgang mit Dokumenten, die von externen Personen eingesehen werden können. Ziel war es nicht nur, das Bewusstsein aller Mitarbeitenden für die Bedeutung von Datenschutz zu schärfen, sondern ihnen auch konkrete Tipps zu geben, wie sie unser Unternehmen, unsere Kunden und sich selbst schützen können. Die Kampagne richtete sich an Mitarbeitende an allen Standorten der Telefónica Deutschland Gruppe einschließlich der Shops und des Kundenservices. Begleitet und ergänzt wurde die Kampagne von Maßnahmen zur Aufklärung und Information der Mitarbeitenden zu den Themen Phishing-E-Mails und Anrufe mit dem Ziel finanziellen Betrugs (Scam Calls) sowie Sicherheit im Homeoffice, z. B. bei der Nutzung von Videokonferenzen.

Nach der DSGVO muss ein effektiver Schutz personenbezogener Daten bereits bei der Konzipierung („Datenschutz durch Technikgestaltung“/„privacy by design“) und Konfigurierung („datenschutzfreundliche Voreinstellungen“/„privacy by default“) eines Prozesses oder einer Anwendung wirksam umgesetzt sein. Mit eigenen Tools und Checklisten unterstützen wir unsere Mitarbeitenden, alle für den Datenschutz erforderlichen Maßnahmen zu beachten und zu dokumentieren. Jeder Bereichsverantwortliche ist laut DSGVO zudem verpflichtet, seine Datenschutzmaßnahmen risikoorientiert zu strukturieren und zu managen. Dieser Verpflichtung kommt die Telefónica Deutsch-

land Gruppe durch ihr im Jahr 2020 neu aufgesetztes Datenschutz-Risiko-Management nach. Darüber hinaus haben wir den Datenschutzberatungsprozess neu gestaltet, um damit zur Effizienzsteigerung beizutragen.

Datenschutz- und Sicherheitsstandards weiter angehoben

Im Rahmen einer neuen Richtlinie haben wir im Berichtsjahr die Nutzung von Social Apps geregelt, die wir als Anwendungen zum Zugang und zur Nutzung von Social Media definiert haben. Danach können Social Apps durch die Mitarbeitenden für den unternehmensinternen Austausch genutzt werden. Für den Austausch von vertraulichen Informationen (Vertraulichkeitsstufen „Restricted Access“ und „Secret“) und für die Kommunikation mit Kunden oder Geschäftspartnern ist die Nutzung von Social Apps nicht gestattet. Die Kommunikation mit Kunden oder Geschäftspartnern über Social Apps wird ausschließlich zentral über die offiziellen Accounts der Telefónica Deutschland Gruppe gesteuert.

Zur Erhöhung der betrieblichen IT-Sicherheit hat die Telefónica Deutschland Gruppe in enger Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom und Vodafone ein gemeinsames Vorgehensmodell mit dem Namen „Zero Impact“ zur Stärkung der Resilienz der Telekommunikationsbranche gegen Cyberangriffe entwickelt. Der Fokus der gemeinsamen Initiative liegt auf der operativen Sicherheit der Netzprovider und der Herstellung eines vergleichbaren und verbesserten betrieblichen Sicherheitsniveaus. Dazu wurden gemeinsam Security Capabilities (Security-Kernkompetenzen) und Szenarien entwickelt, welche die Beschaffenheit möglicher Angriffsszenarien abbilden. Innerhalb der Telefónica Deutschland Gruppe wurde 2019 ein ent-

¹ Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeitende in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 7.717).

² In die Berechnung fließen die absolvierten Trainings des letzten Jahres ein. Für das Jahr 2020 bedeutet dies 6.198 absolvierte Trainings vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020.

³ Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeitende in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 7.717).

⁴ In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten zwei Jahre ein. Für das Jahr 2020 bedeutet dies 6.963 absolvierte Trainings vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2020.

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze:
Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Schutz der Kundendaten (103-2; 103-3); GRI 102-12; 102-13; 102-43

sprechendes Projekt initiiert, um das Vorgehensmodell gruppenweit bis zum Jahr 2022 umzusetzen.

Der Schutz vor Cyberangriffen stand auch angesichts der verstärkten Nutzung des Homeoffice und des mobilen Arbeitens infolge der Corona-Pandemie im Vordergrund unserer Aktivitäten. Hier hat sich das Risiko erhöht, dass Nutzer aus unserem Unternehmen Cyberattacken ausgesetzt sind, mit denen Angreifer unrechtmäßigen Zugang zu unseren Systemen und Diensten erlangen wollen. Das Cyber Defence Center hat präventive Maßnahmen dagegen ergriffen, wie etwa die schnellere Einführung der Multi-Factor-Authentifizierung (MFA) für den Office 365-Service oder die Verbesserung der VPN-Fähigkeiten. Daneben hat das CDC umfangreiche Aufklärung für den Umgang mit den veränderten Arbeitsformaten betrieben, beispielsweise in Bezug auf die sichere Nutzung von Videokonferenzen und die Beachtung entsprechender Vorsichtsmaßnahmen.

Enge Abstimmung mit Behörden und Verbänden

Wir binden sowohl unsere internen als auch unsere externen Stakeholder über vielfältige Aktivitäten auf den Gebieten Datenschutz und Informationssicherheit mit ein. So führen wir den Dialog über unser Datenschutzforum, dem relevante interne Stakeholder angehören, und sind auch mit externen Partnern oder maßgeblichen Behörden kontinuierlich im Gespräch. Dazu zählen beispielsweise die Bundesnetzagentur (BNetzA), das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI).

Über die Telefónica, S.A. Group ist die Telefónica Deutschland Gruppe zudem in globalen Initiativen rund um den Datenschutz vertreten, wie beispielsweise in der Global Network Initiative. Darüber hinaus sind wir Mitglied in diversen Fachverbänden, wie etwa dem Bitkom, der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit (GDD) und dem Information Security Forum. Angesichts der wachsenden Vereinheitlichung der datenschutzrechtlichen Regelungen in Europa haben wir zudem die konzerninterne Vernetzung und den fachlichen Austausch mit den Verantwortlichen für den Datenschutz in Spanien und Großbritannien deutlich intensiviert. Dies zeigt sich vor allem an den neu eingeführten halbjährlichen europäischen Datenschutzkonferenzen der Telefónica, S.A. Group, bei denen alle relevanten Rechtsthemen besprochen und praktische Erfahrungen ausgetauscht werden.

Kundenfreundliche Angebote für Datenschutz und Informationssicherheit

Die Kommunikation über Social Media, Chats und Messenger-Dienste sowie das digitale Arbeiten von zu Hause hat unter den Pandemiebedingungen enorm an Bedeutung gewonnen. Umso wichtiger ist es für Privat- wie Geschäftskunden, einen verlässlichen Schutz vor Viren und Bedrohungen zu haben und sicher arbeiten zu können. Gemeinsam mit McAfee bieten wir durch die Lösung O₂ Protect Sicherheit für Daten, Identität und Privatsphäre – unabhängig davon, ob Smartphone, Tablet, PC oder Mac genutzt wird. Mit O₂ Protect Complete können Kunden sogar bis zu fünf Geräte ihrer Wahl gleichzeitig vor Viren, Datendiebstahl und Online-Bedrohungen absichern. Bei Verlust des Smartphones oder Tablets kann ein Gerät ganz einfach über eine App oder online über das O₂ Protect-Kundenkonto geortet und gesperrt werden.



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze:
Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3); GRI 417-1

Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Verantwortung für junge Mediennutzer

Smartphones oder Tablets stehen heutzutage schon früh auf der Wunschliste von Kindern – für die meisten Jugendlichen sind mobile Endgeräte nicht mehr aus ihrem Alltag wegzudenken. Durch die Corona-Pandemie haben Kinder und Jugendliche noch mehr Zeit online verbracht und digitale Endgeräte genutzt. Der wechselnde Distanz- und Präsenzunterricht in den Schulen hat zudem den digitalen Abstimmungs- und Informationsbedarf zwischen Eltern, Schülern und Lehrern spürbar erhöht.

Für die Telefónica Deutschland Gruppe ist es deshalb wichtig, hier gezielt Verantwortung zu übernehmen. Wir wollen jungen Menschen einen kompetenten und

sicheren Umgang mit digitalen Medien ermöglichen und dazu beitragen, sie vor problematischen Medieninhalten zu schützen. Daher engagieren wir uns seit Jahren für die Stärkung der Medienkompetenz bei Kindern und unterstützen Eltern mit Ratgebern und Broschüren beim kompetenten Umgang mit der mobilen Freiheit ihres Nachwuchses.

Wir wollen auch die altersgerechte Nutzung von Angeboten externer Dienste sicherstellen, die durch unser Netz und den Vertrieb von Endgeräten zugänglich werden, wie z. B. Streamingplattformen. Zu unserer Verantwortung gehört es, sicherzustellen, dass Geschäftspartner die bestehenden und auch geplanten neuen Regelungen des Jugendschutzrechts umsetzen.

Die Einhaltung der wichtigen gesetzlichen Vorgaben zum Jugendmedienschutz in Deutschland hat für uns

oberste Priorität. Damit minimieren wir zugleich das Risiko für mögliche Sanktionen gegen unser eigenes Unternehmen und stärken die Reputation sowie Kundenbindung als Voraussetzungen für unseren Erfolg. Im Jahr 2020 liegen uns keine Vorfälle bezüglich einer Verletzung von gesetzlichen Vorgaben zum Jugendmedienschutz vor und die Kundenzufriedenheit, gemessen anhand des Net Promoter Scores (NPS), ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen.

PROZESSE UND STEUERUNG

Zentrale Rolle für Jugendschutzbeauftragten

Über vertragliche Regelungen stellt die Telefónica Deutschland Gruppe sicher, dass Jugendschutz darüber hinaus in die Produkt- und Angebotsgestaltung unserer Geschäftspartner integriert ist. Seit über 15 Jahren haben wir einen internen Jugendschutzbeauftragten, der nach gesetzlichen Vorgaben gemäß § 7 Abs. 1 JMStV bestellt ist und direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs berichtet. Der Jugendschutzbeauftragte berät und unterstützt uns, damit Produkte und Anwendungen den strengen gesetzlichen Vorgaben entsprechen. Bereits im Jahr 2007 haben wir uns darüber hinaus zu einer freiwilligen Selbstregulierung beim Jugendmedienschutz im Mobilfunk verpflichtet. Zudem sind der Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet und die Förderung einer verantwortungsvollen Nutzung von Technik und Angeboten als klare Verpflichtungen in unserer [Menschenrechtsrichtlinie](#)



4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

4.4 Kinder- und Jugendschutz

GRI Managementansätze:
Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3); GRI 417-1

verankert. Dies berücksichtigen wir auch in der tariflichen Gestaltung für junge Mobilfunknutzer oder bei Sicherheitslösungen für den Schutz vor digitalen Risiken und jugendgefährdenden Inhalten.

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Jugendmedienschutz weiter ausbauen

Die Telefónica Deutschland Gruppe beteiligt sich im Rahmen von Diskussionsveranstaltungen im BASE-CAMP aktiv an der politischen und öffentlichen Debatte rund um das Thema Jugendmedienschutz. Darüber hinaus wirken wir in entsprechenden Interessenvertretungen wie der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM) mit. Hier engagieren wir uns im Vorstand des Vereins und treten dafür ein, dass der praktische Jugendmedienschutz in Deutschland stets neue Trends im Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen berücksichtigt. Wir engagieren uns daher im Advisory Board von Klicksafe und begleiten die medienpädagogische Arbeit dieser Initiative in Deutschland, die im Auftrag der EU für die kompetente und kritische Nutzung von Internet und neuen Medien sensibilisiert.

Die Telefónica Deutschland Gruppe setzt sich zudem auf verschiedenen Ebenen und Formaten gegen digitale Gewalt in Form von Hatespeech und Cybermobbing ein. Nach Abschluss der Kampagne #LOVEMOB haben wir 2020 die Aktion „WAKE UP!“ gestartet, die der besonderen Situation in der Pandemie Rechnung trägt.

O₂ unterstützt zudem Schulen bei der Digitalisierung mit einem Bildungspaket aus Internetzugang, Tablets und begleitender IT-Administration, das im Rahmen des Sofortausstattungsprogramms des Bundes förderfähig ist. Dieses Angebot ermöglicht es den Schulen, ihre Schüler leihweise mit sofort nutzbaren Endgeräten auszustatten, damit diese an den vielfältigen Formen des digitalen Unterrichts teilnehmen können.

Mehr zu dieser Thematik und den damit verbundenen Initiativen kann dem [Kapitel 4.2](#) entnommen werden.

Wir möchten insbesondere Kinder vorsichtig an die Nutzung von Online-Angeboten und sozialen Medien heranführen. Daher stellen wir mit dem „Internet Guide für Kids“ sowie dem „Handy Guide für Kinder und Eltern“ zahlreiche Informationen rund um den verantwortungsvollen Umgang mit Handy, Smartphone und mobilem

Internet für Eltern und Kinder in den Sprachen Deutsch und Türkisch zur Verfügung.

Tarife und Sicherheitslösungen bieten Schutzmechanismen

Für die enge und zugleich sichere Kommunikation zwischen Eltern und Kindern auch unter Pandemiebedingungen bieten wir mit dem O₂ Free Starter Flex seit Juli 2020 den passenden Einstiegtarif an. Dieser sorgt für mobile Erreichbarkeit und gibt den Eltern gleichzeitig Sicherheit und Kostenkontrolle. Beispielsweise sind kostenpflichtige Datenpakete und Zusatzoptionen von vornherein gesperrt. Der neue Basistarif O₂ Free Starter Flex ist ideal auf das Nutzerverhalten von Kindern abgestimmt. Neben einer Allnet Flat zum Telefonieren in alle deutschen Mobilfunknetze sowie ins Festnetz ist 1 GB mobiles Datenvolumen sowie EU-Roaming enthalten. Eltern und wichtige Kontaktpersonen können also jederzeit erreicht werden.

Auf einer [speziellen Website](#) stellt O₂ zudem Tipps und Infos zur Sicherheit von Kindern im Internet zur Verfügung. Dazu zählt auch die Möglichkeit, jugend- und kindergefährdende Angebote automatisch zu sperren, etwa Data Upgrades, Datenroaming und Zusatzoptionen. Für Drittanbieterdienste und Anrufoptionen sowie Premium-Rufnummern stellen wir den Eltern als gesetzliche Vertreter detaillierte Anleitungen zur Verfügung und weisen sie auf weiterhin bestehende Risiken hin.

Unabhängig von den Angeboten des O₂ Free Starter Flex können Eltern jederzeit telefonisch über den O₂ Kundenservice oder online die Altersfreigabe „Ab 16“ oder „Ab 18“ aktivieren und damit das Schutzniveau für ihren Nachwuchs erhöhen.

Mit unserer Sicherheitslösung O₂ Protect bieten wir unseren Kunden und deren Kindern einen zusätzlichen wirksamen Schutz vor digitalen Risiken. Über die Funktionen Inhaltsfilter, Webschutz und Programmblockierung können die Eltern einzelne Schutzmechanismen aktivieren. Mit O₂ Protect Mobile können unsere Kunden zudem ihr Android-Smartphone absichern. Der Rundumschutz O₂ Protect Complete gewährleistet einen Online-Schutz für bis zu fünf Geräte.



Umwelt und Klima schützen



1.0 Digitalisierung gestalten

2.0 Corporate Responsibility
managen

3.0 Verantwortlich
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima
schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Herleitung und Evaluierung
der CR-Strategie

7.0 Daten und Fakten



Unsere Ambition

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

Zielerreichung:



5.0 Umwelt und Klima
schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI Managementansätze:
Materialien (103-2; 103-3);
Energie (103-2; 103-3);
Emissionen (103-2; 103-3);
Umwelt-Compliance (103-2; 103-3);
GRI 102-11; 102-13; 308-2

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

Etabliertes Umweltmanagement für ambitionierte Klimaziele

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Telefónica auf dem Weg zum klimaneutralen Unternehmen

Durch digitale Technologien lassen sich einer **Bitkom-Studie** zufolge in Deutschland 2030 bis zu 37 % der Treibhausgasemissionen einsparen. Dies ist ein enormes Potenzial, das es insbesondere in den Bereichen Energieinfrastruktur, Mobilität und Industrie zu heben gilt. Die Telekommunikationsbranche kann dabei eine wesentliche Rolle in der Bekämpfung des Klimawandels und für die Dekarbonisierung der Wirtschaft spielen. In Smart Grids, also intelligenten Stromnetzen, wird beispielsweise mithilfe von künstlicher Intelligenz ein Lastenmanagement ermöglicht, das die ungleiche Verteilung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen ausgleicht und die Netze stabilisiert. Mobile Telekommunikation ermöglicht darüber hinaus ressourcenschonende Arbeitsformate wie Video-Konferenzen und Homeoffice, effiziente Clouddienstleistungen und die Nutzung digitaler statt physischer Produkte. Allein im Industriesektor lassen sich durch zunehmende Digitalisierung laut der oben genannten Bitkom-Studie weltweit bis zu 20 % der Treibhausgasemissionen einsparen. Allerdings benötigt der Anstieg der über die Netze gesendeten Daten als Teil der fortschreitenden Digitalisierung zusätzlichen Strom und verursacht so CO₂-Emissionen. Telekommunikationsunternehmen sind daher gefordert, durch gesteigerte Energieeffizienz ihrer Netze und Rechenzentren im Sinne des Klimaschutzes voranzugehen.

Bereits 2016 verpflichtete sich die Mobilfunkbranche als weltweit erster Industriezweig, die **SDGs** der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung zu unterstützen. In der UN-Agenda 2030 steht mit dem Ziel Nummer 13 auch der Klimawandel im Fokus. Seitdem ergreift die Branche vielfältige Sofortmaßnahmen, um gegen den Klimawandel und seine Auswirkungen vorzugehen.

Der spanische Mutterkonzern der Telefónica Deutschland Gruppe hat sich verpflichtet, gemeinsam mit den Vereinten Nationen dem Klimawandel entgegenzuwirken. Das Unternehmen ist Teil des Aktionsbündnisses „Business Ambition for 1.5 °C“. Mit gezielten Maßnahmen und einschneidenden Veränderungen wollen die Teilnehmer des Bündnisses die globale

Erwärmung auf ein Niveau begrenzen, das 1,5 °C über dem vorindustriellen Durchschnitt liegt. Schon heute stammen 81,6 % der Energie, die der Telefónica Konzern weltweit einsetzt, aus erneuerbaren Quellen. 2020 hat die Unternehmensgruppe ihr globales Klimaziel zeitlich deutlich nach vorn gezogen und will ihr ursprünglich für 2050 geplantes Ziel von null Netto-CO₂-Emissionen in ihren vier Hauptmärkten Spanien, Großbritannien, Deutschland und Brasilien bereits bis 2025 erreichen, wobei Brasilien das Ziel bereits im Jahr 2020 erreicht hat. Die Telefónica, S.A. Group legt ihre Umwelt- und Klimadaten jährlich im CDP-Report offen und erhielt von der Organisation im Berichtsjahr für ihre Leistungen erneut und im siebten Jahr in Folge die Bestnote A.



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI Managementansätze:
Materialien (103-2; 103-3);
Energie (103-2; 103-3);
Emissionen (103-2; 103-3);
Umwelt-Compliance (103-2; 103-3);
GRI 102-11; 308-2

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

Die Übernahme von Verantwortung für die Umwelt ist auch das Grundverständnis der Telefónica Deutschland Gruppe und bildet den Kern ihrer neuen Klimastrategie: Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis spätestens 2025 null Netto-CO₂-Emissionen zu verursachen, also klimaneutral zu sein. Dies bedeutet für das Unternehmen, dass Produkte oder erbrachte eigene Dienstleistungen sowie die Geschäftstätigkeit insgesamt die Treibhausgasemissionen in der Atmosphäre nicht erhöhen sollen. Zur Erreichung von null Netto-CO₂-Emissionen bis 2025 gehen wir folgende konkreten Maßnahmen an, die jährlich festgelegt und mit Zwischenzielen untermauert werden:

- Effizienzsteigerung des Netzes durch Senkung des Energieverbrauchs pro Datenvolumen um rund 82 % bis 2025 im Vergleich zu 2015.
- Wir erreichen zudem eine höhere Qualität im Grünstrombezug durch Power Purchase Agreements und selbsterzeugten Strom.
- Der Gesamtstromverbrauch wird ab 2021 mit 100 % Grünstrom gedeckt.
- Nicht vermeidbare Emissionen werden durch hochwertige CO₂-Reduktionsprojekte kompensiert, vorzugsweise durch Projekte, die der Atmosphäre CO₂ entziehen.

Auch die Scope-3-Emissionen, z. B. aus der Lieferkette, werden wir koordiniert über die gesamte Telefónica, S.A. Group auswerten, mit Maßnahmen belegen und senken. Das Gruppenziel sieht eine Reduktion von 39 % des CO₂-Ausstoßes bis 2025 (Basisjahr: 2015) vor.

Unser Anspruch ist es, die mit der Digitalisierung einhergehenden deutlich steigenden Datenvolumen mit immer weniger Strom pro Byte zu transportieren. Mit diesen Zielsetzungen streben wir eine Vorreiterrolle für Nachhaltigkeit in der deutschen Telekommunikationsbranche an. Unseren Kunden wollen wir so das „grünste“ Netz für ihr nachhaltiges Leben bieten. Wir wollen CO₂-Emissionen möglichst vermeiden, zumindest aber verringern und nur absolut unvermeidliche kompensieren. So wollen wir nicht nur unsere Umweltbilanz

verbessern, sondern auch unsere Geschäftszahlen und die Wettbewerbsfähigkeit. Wir möchten auf diese Weise eine wirksame Risikoprävention, eine starke Reputation und Markenwahrnehmung sowie hohe Bewertungen des Unternehmens in Finanzmarkttratings erreichen. Klimaschutz mit dem Fokus auf Energie und CO₂ bewerten wir angesichts unseres weitreichenden Impacts und der unverkennbaren Geschäftsrelevanz folgerichtig als wesentliches Thema unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir setzen auf verschiedene Bausteine, um Energie einzusparen und Treibhausgasemissionen zu reduzieren: Wir investieren in energieeffiziente Technik, nutzen erneuerbare Energien, fördern eine schadstoffarme Mobilität und bieten unseren Kunden zunehmend nachhaltige Produkte und Dienstleistungen an. Unternehmen und Menschen können mithilfe unserer Infrastruktur und Angebote ihre nachhaltigen digitalen Geschäftsmodelle verwirklichen und so die Umwelt schonen.

PROZESSE UND STEUERUNG

Managementsysteme im Unternehmen verankert

Neben unserer Klimastrategie 2025 bildet unsere unternehmensweit verbindliche **Umweltpolitik**, welche zusätzlich durch eine **Richtlinie zum nachhaltigen Energiemanagement** gestützt wird, die Basis für alle Aktivitäten. Beide Richtlinien zielen auf unsere Betriebsabläufe in den Bereichen Netz, Büroflächen und Mobilität, auf den verantwortungsbewussten Einkauf sowie auf unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigen Innovationen ab. Unsere Umweltpolitik ist gemäß **ISO 14001** in der Umweltrichtlinie verankert. Sie hat insbesondere die Identifikation und Einhaltung aller relevanten Gesetze, Normen, Standards und sonstiger bindender Verpflichtungen zum Ziel. Unser Umweltmanagementsystem dient dazu, mögliche negative Umweltauswirkungen



5.0 Umwelt und Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

unserer Aktivitäten und Infrastrukturen zu verhindern und zu minimieren sowie insgesamt unsere umweltbezogenen Leistungen immer weiter zu verbessern. Weitere Vorgaben im Klima- und Umweltbereich haben wir in internen Richtlinien wie beispielsweise in unseren nachhaltigkeitsorientierten Einkaufsrichtlinien, in der Abfallrichtlinie oder der Reiserichtlinie verankert. Zudem bieten wir den Mitarbeitenden eine onlinebasierte Energie- und Umweltschulung an.

Wir haben zudem eine eigene Energierichtlinie gemäß ISO 50001 im Unternehmen etabliert. Die Erstzertifizierung nach diesem Standard wurde 2016 durch eine externe Zertifizierungsstelle vorgenommen. Diese baut auf dem Umweltmanagement auf und präzisiert dessen Grundsätze im Bereich Energie. Die Bürostandorte der Telefónica Deutschland Gruppe sind bereits seit 2004 nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001 und der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 zertifiziert. In den Shops orientieren wir uns ebenfalls an der Norm ISO 14001. Um diese Prozesse zu steuern, haben wir intern Energie- und Umweltmanagementbeauftragte ernannt sowie je ein Umwelt- und Energiekomitee eingerichtet. Umweltbelange und -ziele sowie alle Maßnahmen werden jedes Jahr einer Managementreview unterzogen. Die Beauftragten berichten zu den Managementsystemen in Zusammen-

arbeit mit dem Qualitätsmanagementbeauftragten direkt an den Chief Executive Officer. Klima- und Umweltstrategien sowie Maßnahmen werden in den jeweils betreffenden Vorstandsbereichen Technology, Finance sowie Legal & Corporate Affairs erarbeitet und vom Vorstand gesamthaft beschlossen.

Unser Ziel der Verbesserung der Umweltleistung unseres Unternehmens sowie unserer Produkte und Dienstleistungen wollen wir vor allem durch eine systematische Performancebewertung anhand der definierten Ziele aus dem Responsible Business Plan 2020 erreichen. Zu unseren Zielen im Klimaschutz zählt u. a. die Senkung der direkten und indirekten CO₂-Emissionen bis 2020 um 11 % (Basisjahr: 2015). Dieses Ziel hatten wir bereits 2019 erreicht und zum Ende des Jahres 2020 konnten wir unsere CO₂-Emissionen weiter um insgesamt 39 % gegenüber dem Basisjahr 2015 senken. 2020 haben wir die Menge des eingekauften Grünstroms über die Menge des von uns direkt bezogenen Stroms gesteigert, sodass die indirekten Emissionen (Scope 2) nach marktbasierter Methode enorm gesunken sind. Ab 2021 wollen wir alle Standorte – auch wo Pauschalen im Strombezug berechnet werden – mit 100 % Grünstrom abdecken. Als Teil dieser Strategie weisen wir ab 2020 ebenfalls den Grünstrom aus, den wir an Technikstandorten

mit gemeinsam genutzter Infrastruktur mit den Wettbewerbern beziehen.

Als weiteres Ziel hatten wir uns gesteckt, den Energieverbrauch pro Datenvolumen (in GWh/PB) bis 2020 um 40 % (Basisjahr: 2015, 0,41 GWh/PB) zu reduzieren. Bereits im Vorjahr konnten wir das Ziel mit 59 % erreichen, im Jahr 2020 belief sich der Energieverbrauch pro Datenvolumen auf 0,12 GWh/PB. Der Anteil erneuerbarer Energien bezogen auf den Gesamtstromverbrauch ist weiter gestiegen und betrug 2020 96 %. In Bezug auf unsere Firmenwagen sollen die durchschnittlichen Flottenemissionen für die ab 2020 neu zugelassenen Firmenfahrzeuge auf 95 g CO₂/km sinken.

Pandemiebedingt ist im Berichtsjahr die Reisetätigkeit innerhalb der Telefónica Deutschland Gruppe ungewöhnlich stark gesunken, was die Aussagefähigkeit des Wertes der weiteren indirekten Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen) im Vergleich zu den Vorjahren deutlich begrenzt. Das Unternehmen will jedoch generell Geschäftsreisen zwischen den Telefónica Standorten in Deutschland um etwa 70 % gegenüber 2019 reduzieren. Das entspricht einer Verringerung von rund 600 t CO₂-Emissionen pro Jahr.

GRI Managementansätze:
Materialien (103-2; 103-3);
Energie (103-2; 103-3);
Emissionen (103-2; 103-3);
Umwelt-Compliance (103-2; 103-3);
GRI 102-11; 302-3; 302-5; 308-2

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

KLIMAZIELE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Energieintensität: Energieverbrauch gesamt pro Datenvolumen	GWh/PB	0,25	0,22	0,17	0,12
Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energien ¹	%	71	82	84	96
Grünstromanteil bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie	%	100	100	100	100

¹ Energie aus erneuerbaren Energiequellen besteht aus dem Direktbezug und dem mit Herkunftsnachweisen zertifizierten Strombezug. Die Berechnung der Energie aus erneuerbaren Energiequellen beinhaltet seit 2020 neben der durch die Telefónica Deutschland Gruppe bezogenen Grünstrommenge auch den Grünstrom aus gemeinsam mit anderen Unternehmen genutzter Netz- und IT-Infrastruktur.

Energie & CO₂-Reduktion



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

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.

Unsere Erfolge

Unsere neue Klimastrategie formuliert das Ziel von null Netto-CO₂-Emissionen bis 2025. Durch Energieeffizienzmaßnahmen konnten wir im Jahr 2020 in Summe (bezogen auf 2016) eine Einsparung von 7,96 GWh erzielen. Mit 5G verbrauchen wir künftig deutlich weniger Energie pro Datenvolumen. Der CO₂-Ausstoß der Firmenflotte fiel im Vergleich zum Vorjahr um 23 %. Mehr als die Hälfte der Neuzulassungen sind (teil)elektrifiziert, der durchschnittliche CO₂-Ausstoß bei Neuzulassungen fiel im Jahr 2020 auf 74,2 g CO₂/km. Für unser Engagement sind wir mit dem B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet worden.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Wir unterstützen durch innovative Technologien und den Ausbau von smarten digitalen Telekommunikationsnetzen die Energiewende. Auch in unserer Geschäftstätigkeit wollen wir durch Bezug von Grünstrom und klare Effizienzsteigerungen unseren Beitrag zum Klimaschutz leisten.



UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

LEGENDE
 ✓+ übererfüllt
 ✓ voll erfüllt
 ☐ größtenteils erfüllt

5.0 Umwelt und Klima
schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI Managementansätze:
Energie (103-2; 103-3);
Emissionen (103-2; 103-3);
GRI 302-4; 302-5

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

Klares Engagement für Energie & CO₂- Reduktion

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Energieeffizienz gezielt verbessern

Die Telefónica Deutschland Gruppe setzt sich für die Förderung einer kohlenstoffarmen Wirtschaft ein. Wir verbessern unsere Energieeffizienz kontinuierlich, indem wir im gesamten Unternehmen auf energiesparende Komponenten umsteigen. Damit tragen wir aktiv zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen bei. Darüber hinaus setzen wir auf den effizienten Einsatz natürlicher Ressourcen und wenden Umweltkriterien in unseren Beschaffungsprozessen an, um unseren ökologischen Fußabdruck weiter zu verringern. Um den Einsatz erneuerbarer Energien zu fördern, beziehen wir bereits dort zu 100 % Grünstrom, wo wir die Hoheit über die Strombeschaffung haben. Ein weiterer Fokus liegt darauf, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die unseren Kunden nachhaltiges Handeln erleichtern.

Im Zuge des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Gruppe und der E-Plus Gruppe haben wir umfangreiche Maßnahmen zur umweltverträglichen Netzwerk- und Bürostandortkonsolidierung umgesetzt. Im Bereich Netzwerk wurden außerdem zahlreiche Energieeffizienzmaßnahmen vorangetrieben, die wir bis Ende 2020 umgesetzt haben. Dies betrifft in erster Linie die Modernisierung der 2G- und 3G-Netze. Bis Ende 2020 konnten wir somit in Summe (bezogen auf 2016) eine Einsparung von 7,96 GWh erzielen.

Mit der Umstellung auf den 5G-Standard erwarten wir eine deutliche Erhöhung des Gesamtenergiever-

brauchs, was uns vor große Herausforderungen stellt. Zur Energieeffizienz trägt jedoch bei, dass wir in den nächsten Jahren auf die bestehende und gestärkte LTE-Infrastruktur für die Erweiterung um die 5G-Technologie aufbauen. Mit der von uns gewählten Kenngröße „Energieverbrauch pro Datenvolumen“ können wir auch in Zukunft unsere Fortschritte im Bereich Energieeffizienz am besten messen und dokumentieren. Unser Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die Stromeffizienz im Netz mit dem neuesten Mobilfunkstandard und technischen Modernisierungen deutlich zu steigern. Unser Ziel bis 2025 ist es, 82 % weniger Strom pro Byte im Vergleich zu 2015 zu verbrauchen. Zentral für die Steigerung der Stromeffizienz sind vor allem die geplante Abschaltung des 3G-Netzwerks, der 4G-Ausbau, die 5G-Einführung und Modernisierungen in Rechenzentren, denn mit jeder neuen Mobilfunkgeneration steigt die Stromeffizienz. 5G verbraucht deutlich weniger Energie pro Datenvolumen als die Vorgängergeneration.

Wir verbessern von Jahr zu Jahr unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen und erreichen unsere selbstgesteckten Klimaziele frühzeitig. Das Datenvolumen stieg gegenüber dem Jahr 2015 um 196 %. Der Energieverbrauch sank im selben Zeitraum hingegen um 14,3 %. Insgesamt bedeutet das eine Senkung des Energieverbrauchs pro Datenvolumen um 71 %. Damit unterstützen wir aktiv die Zielerreichung der Telefónica, S.A. Group, den konzernweiten Stromverbrauch pro Datenvolumen bis 2025 um 90 % zu senken und die Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2, jeweils in Bezug auf 2015) bis 2025 in den vier Kernmärkten auf netto null CO₂ zu senken.

Smart Metering als Schlüssel für effiziente Netzwerktechnik

Die Netzwerktechnik ist für rund 96 % des Stromverbrauchs des Unternehmens verantwortlich. Die Messung des Stromverbrauchs im Bereich Netzwerk erfolgt dabei über Smart-Metering-Systeme. Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im Berichtsjahr trotz der COVID-19-Pandemie pro Woche mehrere Hundert Mobilfunkstandorte mit Smart Metern zur digitalen Stromerfassung ausgestattet, um die Energieeffizienz des O₂ Netzes weiter zu steigern. Insgesamt verfügen derzeit gut 12.300 Standorte über Smart Meter. Bis Ende 2021 ist die Ausrüstung von 27.000 Standorten geplant.

Der Stromverbrauch jeder mit einem Smart Meter ausgerüsteten Mobilfunkanlage wird im Sekundentakt erfasst und mit einer Internet-of-Things-Funkinheit über das O₂ Netz an einen Cloud-Server übermittelt. Anschließend soll bei der Überschreitung von Schwellenwerten mittels Alarmierung eine Analyse des Stromverbrauchs über alle Standorte hinweg erfolgen, was eine vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) ermöglicht und die frühzeitige Identifizierung von Fehlfunktionen erleichtert. Mit Smart Metering vollzieht das Unternehmen einen weiteren Schritt auf dem Weg zur erhöhten Energieeffizienz, indem mit Echtzeitdaten der Energieverbrauch besser gemanagt werden kann. Auch damit kommen wir unserem Ziel näher, die Netto-CO₂-Emissionen auf null zu senken.

5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI Managementansätze:
Energie (103-2; 103-3);
Emissionen (103-2; 103-3);
GRI 302-4

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

Betriebliche Mobilität emissionsarm ausgerichtet

Um die Ziele im Bereich Mobilität zu erreichen, fördern wir über unsere Reiserichtlinie die gemeinsame Nutzung von Firmenwagen sowie den Umstieg auf die Bahn. Aufgrund der Pandemie ist die Reisetätigkeit im Jahr 2020 stark zurückgegangen. So wurden im Vergleich zu 2019 bei Flugreisen 81 % weniger Kilometer und bei Bahnreisen 77 % weniger Kilometer an Strecke zurückgelegt. Zur Erreichung unseres Ziels, der Senkung des durchschnittlichen CO₂-Ausstoßes der ab 2020 zugelassenen Firmenwagen auf 95 g CO₂/km, verstärken wir kontinuierlich die Bonus-Malus-Regelungen bei der Auswahl neuer Firmenfahrzeuge, um zusätzliche Anreize zu einem verantwortlichen Verhalten der Mitarbeitenden zu geben. Der CO₂-Ausstoß der Firmenflotte fiel im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 23 %. Der durchschnittliche CO₂-Ausstoß bei Neuzulassungen fiel im Jahr 2020 auf 74,2 g CO₂/km. 53 % der Neuzulassungen sind (teil)elektrifiziert. Die Einführung von eigenen Elektroladestationen an den Standorten München und Düsseldorf ist für 2021 geplant.

Auch mit zeitgemäßer Arbeitsplatzgestaltung verbessert die Telefónica Deutschland Gruppe ihre Klimabilanz. Mitarbeitende nutzen verstärkt das Homeoffice sowie Videokonferenzen und leisten so einen Beitrag zur Senkung des Verkehrsaufkommens sowie der entsprechenden Schadstoffemissionen. Dieser Trend zu mobilen und digitalisierten Arbeitsformaten ist pandemiebedingt 2020 nochmals verstärkt worden. Mit einer der fünf Schlüsselinitiativen unserer Personalstrategie („5 Bold Moves“) wollen wir diese Transformation zusätzlich vorantreiben und Dienstreisen deutlich reduzieren. Nähere Informationen bietet das [Kapitel 3.3](#).

Standorte energieeffizient betreiben

Die Telefónica Deutschland Gruppe arbeitet gezielt daran, auch die Energieversorgung ihrer eigenen betrieblichen Prozesse möglichst klimafreundlich und effizient zu gestalten. So liegt ein wichtiger Fokus darauf, den ökologischen Fußabdruck der Bürostandorte zu verringern.

Dafür nutzen wir im Münchener O₂ Tower moderne Konzepte des „Arbeitsplatz-Sharing“, über das wir unseren vorhandenen Büroraum auch energetisch effizienter nutzen können. Zudem steuern wir die Beleuchtung teilweise automatisiert über die Gebäudeleittechnik. In Berlin führte die Digitalisierung des zentralen Netzstandorts zu signifikanten Verbesserungen in der Energie- und Umweltbilanz. Für mehr Energieeffizienz im Gebäudemanagement sorgen wir auch am Standort Düsseldorf: Die Kühlung des dort betriebenen Rechenzentrums erfolgt umweltschonend durch zwei Blockheizkraftwerke. Auch eine Standortkonzentration wird zu Energieeinsparungen führen: So wurde der Standort Köln im Jahr 2020 geschlossen und nach Düsseldorf verlagert. Für das Jahr 2021 wird die Konsolidierung des Standortes Potsdam geplant. Zudem ist für Mitte des Jahres 2021 die Schließung zweier Satellitengebäude am Standort München beschlossen worden.

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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.

- Wir haben die CO₂-Emissionen um 39 % und die Treibhausgasintensität um 78 % gegenüber dem Basisjahr 2015 gesenkt.
- Der Energieverbrauch pro Datenvolumen (in GWh/PB) war 2020 um 71 % niedriger als im Jahr 2015.
- Durch Netzkonsolidierung, Modernisierung und Abschaltung der DSL-Hauptverteiler konnten wir von 2015 bis 2020 eine Einsparung im operativen Geschäftsbetrieb von über 250 GWh erzielen, die einer Kostensenkung von über 58 Mio. EUR entspricht.
- Wir haben einen Anteil von 100 % Grünstrom bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie erreicht.
- Die CO₂-Emissionen bei Geschäftsreisen konnten wir auf 896 t CO₂ senken.
- CDP hat die weltweite Führungsrolle der Telefónica, S.A. Group im Klimaschutz wiederholt bestätigt.
- Mit unserer Klimastrategie und dem Ziel von null Netto-CO₂-Emissionen bis 2025 haben wir einen neuen Meilenstein gesetzt.

ENERGIEVERBRAUCH 2016–2020
IN GWH

2016 2017 2018 2019 2020

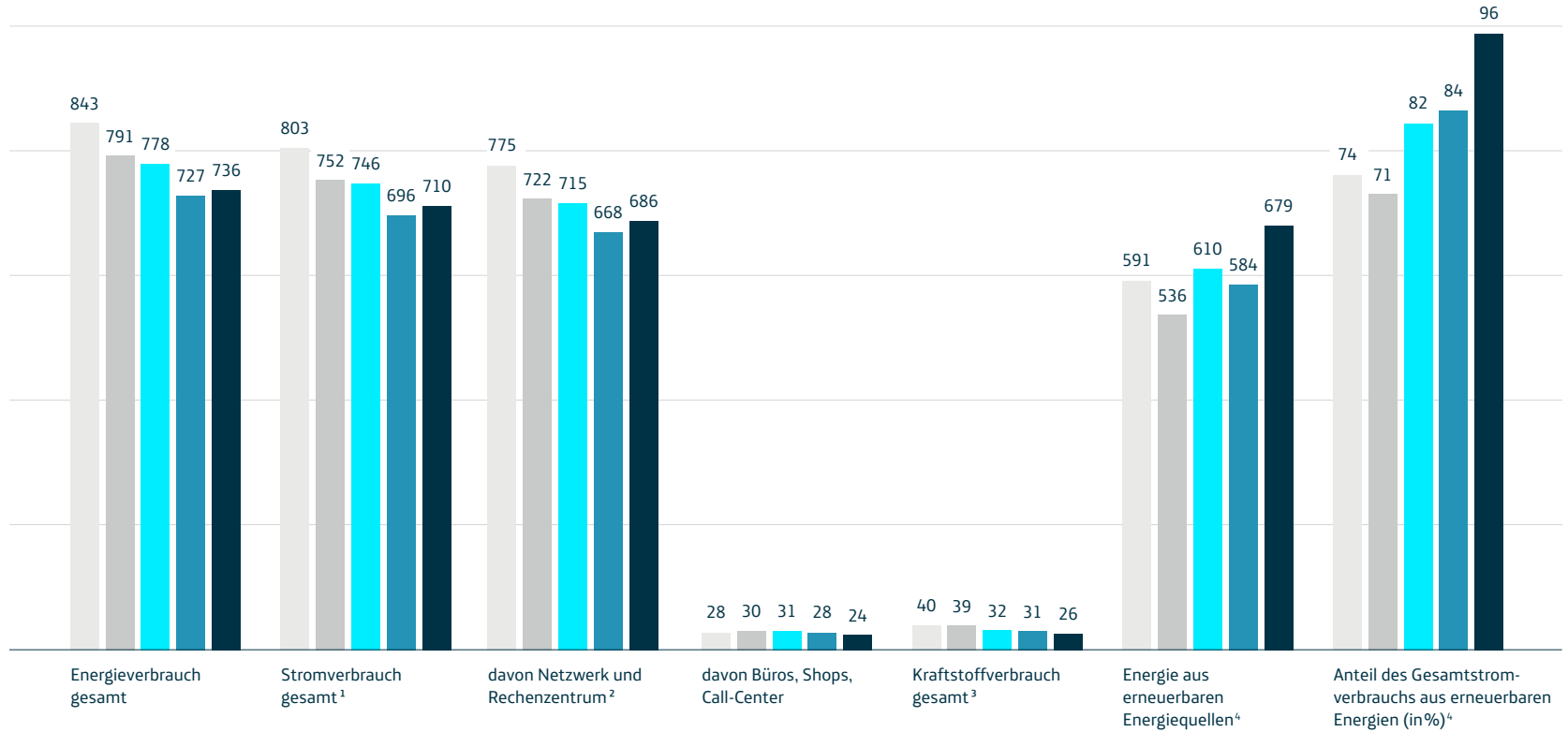
5.0 Umwelt und Klima
schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit



GRI 302-1; 302-4

UNGC-Prinzip 8, 9

¹ Der Stromverbrauch ergibt sich aus den tatsächlich abgerechneten und teilweise prognostizierten Verbrauchsmengen je Stromabnahmestelle.

² 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. Perspektivisch lösen tatsächlich gemessene Werte durch Smart Meter die hier statistisch erhobenen Werte ab.

³ Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst die per Direktvertrag zwischen den Versorgern und der Telefónica Deutschland Gruppe belieferten Einheiten.

⁴ Energie aus erneuerbaren Energiequellen besteht aus dem Direktbezug und dem mit Herkunftsnachweisen zertifizierten Strombezug. Die Berechnung der Energie aus erneuerbaren Energiequellen beinhaltet seit 2020 neben der durch die Telefónica Deutschland Gruppe bezogenen Grünstrommenge auch den Grünstrom aus gemeinsam mit anderen Unternehmen genutzter Netz- und IT-Infrastruktur.

TREIBHAUSGASEMISSIONEN 2016–2020
IN TONNEN CO₂-ÄQUIVALENT (t CO₂EQ¹)



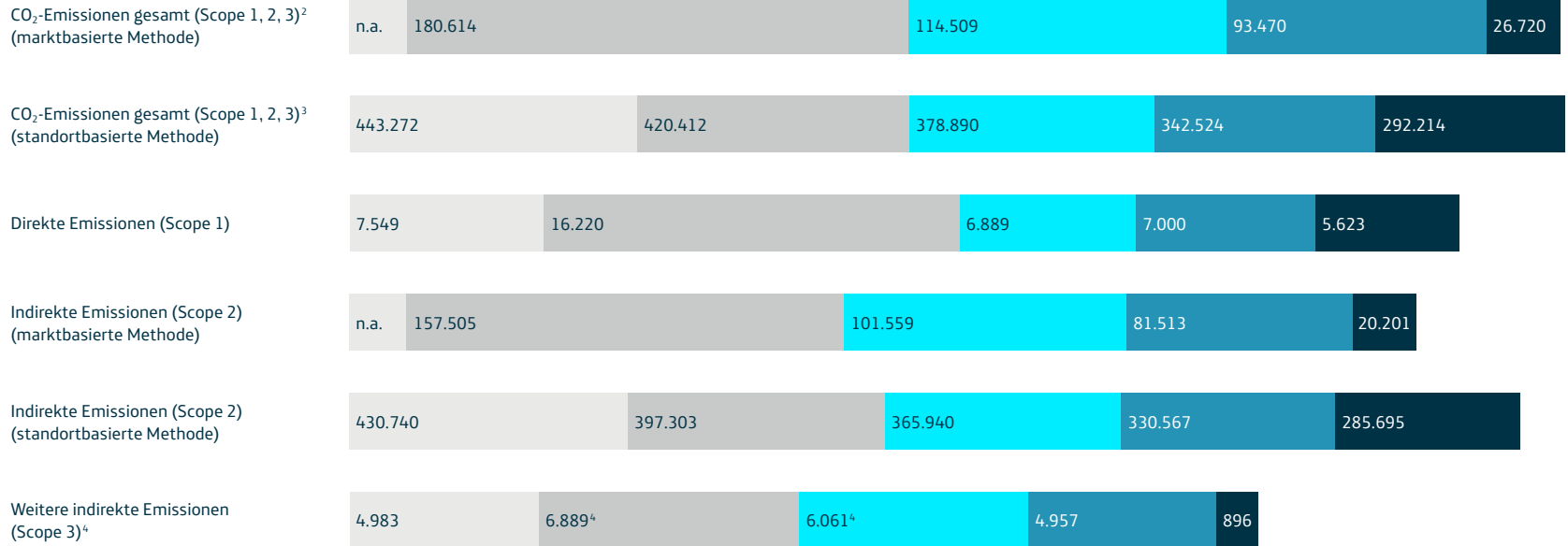
5.0 Umwelt und Klima
schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit



GRI 305-2; 305-3; 305-5

UNGC-Prinzip 8, 9

¹ CO₂eq = CO₂, CH₄ und N₂O.

² Die Berechnung der CO₂-Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol und ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO₂-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt. Für die marktbasierter Methode werden 609,37 g CO₂ pro kWh im Berichtsjahr 2020 genutzt (Quelle: 2019 European Residual Mix).

³ Die Berechnung der CO₂-Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol und ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO₂-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt, unabhängig davon, dass ein Anteil von 96 % (Vorjahr: 84 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. Die Telefónica Deutschland Gruppe nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (Entwicklung der spezifischen Kohlendioxid-Emissionen des deutschen Strommixes in den Jahren 1990–2019) und damit 401 g CO₂ pro kWh aus dem Jahr 2019 für die Berechnungsgrundlage nach standortbasierter Methode im Berichtsjahr 2020.

⁴ Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen). Die Emissionen je km für Flug- und Bahnreisen (Scope 3) für die Jahre 2017 bis 2020 wurden mit gruppenweit angewendeten Emissionsfaktoren berechnet (Quelle: UK Government conversion factors). Die Werte für 2017 und 2018 wurden rückwirkend angepasst und um die Bahnreisen erweitert. Sie weichen daher von den berichteten Werten im CR-Bericht 2017 und im CR-Bericht 2018 ab.

Unser Ziel: Klimaneutralität bis 2025

Wegbereiter für eine nachhaltige Zukunft

Die Digitalisierung kann den Klimaschutz entscheidend voranbringen – denn mit Smart Grids in der Energieinfrastruktur, IoT-Anwendungen in der Industrie, Homeoffice oder intelligenten Mobilitätslösungen lassen sich laut einer [Bitkom-Studie](#) zu Klimaeffekten Millionen Tonnen CO₂ einsparen. Aber mehr Datenverkehr vergrößert auch den Energiehunger. Unsere Antwort darauf ist: Wir senken den Stromverbrauch pro Byte mit energieeffizienten Mobilfunkstandards und Modernisierungen. Wir werden ausnahmslos auf „grünen“ Strom im Netz, an Technikstandorten sowie in Büros und Shops setzen.

Seit über 15 Jahren treiben wir gezielt Klima- und Umweltschutz im Unternehmen erfolgreich voran. Schon heute transportieren wir ausschließlich „grüne“ Mobilfunkdaten durch unser Netz. Unser nächstes ambitioniertes Ziel: Wir wollen bis 2025 als Unternehmen klimaneutral sein!

Stromeffizienz und Grünstrom sind die wichtigsten Hebel

Mit unserer Klimastrategie wollen wir bis 2025 den Energieverbrauch pro Datenvolumen um rund 82 % gegenüber 2015 senken. Entscheidend dafür: der 4G-Ausbau und die Einführung von 5G. Denn 5G verbraucht im Vergleich zu Vorgängergenerationen bis zu 90 % weniger Strom pro transportiertem Byte. Zudem

beschleunigen wir den Umstieg auf Smart Metering beim Betrieb unserer Mobilfunkstandorte. Denn die digitale Echtzeit-Erfassung des Stromverbrauchs auf IoT-Basis ermöglicht auch die schnelle Beseitigung von Störungen, die Energieverluste mit sich bringen und damit dem Klimaschutz abträglich sind.

Schon ab 2021 wollen wir unseren gesamten Stromverbrauch zu 100 % mit Grünstrom decken. Dank langfristiger Stromabnahmeverträge und eigener Anlagen zur Erzeugung sauberer Elektrizität wollen wir konsequent die Qualität des von uns bezogenen Grünstroms verbessern. Treibhausgasemissionen, die wir noch nicht vermeiden können, werden wir durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgleichen.

Es ist unser Ziel, nicht nur unsere Netzstandorte immer klimafreundlicher zu betreiben – auch unsere Rechenzentren und Bürogebäude sollen zunehmend energieeffizient sein. Und dank digitalisierter und virtueller Arbeitsprozesse wollen wir 70 % der internen Dienstreisen überflüssig machen. Unsere neue Klimastrategie: ein umfangreiches Konzept im Kampf gegen den Klimawandel und ein zentraler Baustein unseres Nachhaltigkeitsmanagements.

„Wir wollen spätestens 2025 klimaneutral werden. Mit dieser Zielsetzung setzen wir ein Ausrufezeichen für die Nachhaltigkeit und werden zum Vorreiter in der deutschen Telekommunikationsbranche. Wir wollen CO₂-Emissionen möglichst vermeiden, zumindest aber verringern und nur absolut unvermeidliche kompensieren. Die mit der Digitalisierung einhergehenden deutlich steigenden Datenvolumen wollen wir mit immer weniger Strom pro Byte transportieren.“ **Markus Haas**

Unser Ziel: Klimaneutralität bis 2025

Unsere Maßnahmen

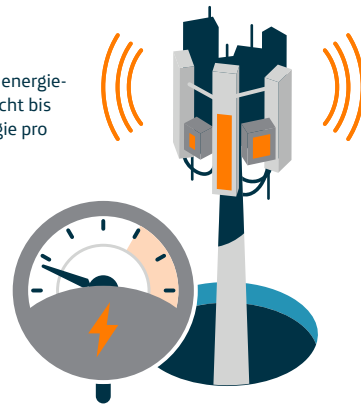
ERNEUERBARE ENERGIEN

100 % Strom aus erneuerbaren Energien, bei höherer Grünstrom-Qualität und steigender Energie-Effizienz.



5G ENERGIE-EFFIZIENZ

Mobilfunk wird immer energieeffizienter. 5G verbraucht bis zu 90 % weniger Energie pro Byte als 4G.



SMART METER

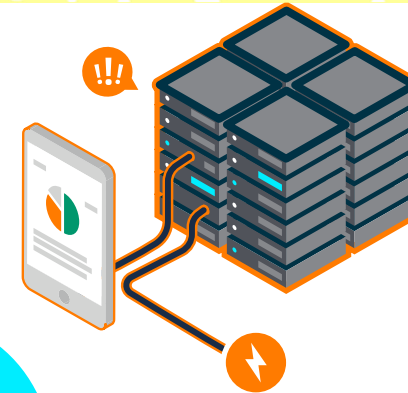
Digitale Stromzähler werden jederzeit remote abgelesen und machen stromfressende Fehlfunktionen an Mobilfunkstandorten transparent.



Bis 2025

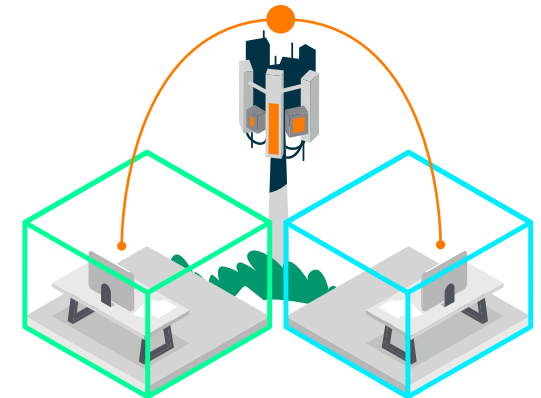
RECHENZENTREN

Gebäudeleittechnik auf IoT-Basis ermöglicht Energie-Verbrauchsprognosen und Optimierungen. Rückkühlung über Außenluft und Eigenerzeugung von Strom verbessern Energiebilanz.



ARBEITSPLATZ

Arbeitsplatz-Sharing und die virtuelle Zusammenarbeit steigern Energieeffizienz und senken CO₂-Emissionen.



Nähere Informationen sind [hier](#) zu finden.

Ressourcenschutz



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

Commitment

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

Unsere Erfolge

Wir konnten mithilfe unseres Handyrecyclingprogramms im Jahr 2020 über 110.000 Altgeräte einsammeln. Die Verwendung des Half-SIM-Trägerformats spart insgesamt 11 Tonnen Plastik im Berichtsjahr ein. Unsere Brief- und Paketsendungen erfolgen klimaneutral. Ein nachhaltiger Lebenszyklus von Smartphones steht im Mittelpunkt unseres Angebots O₂ Blue My Handy. Mit der Einführung des Abfallmanagementsystems „GReTel“ in 2020 werden Erfassung und Auswertung relevanter Abfallmengen unterstützt.

Zielerreichung:



Fokus-SDGs

Unsere Maßnahmen zum Schutz von Ressourcen, wie das Recycling von Altgeräten oder die Reduktion von Plastik, sollen zu der Verbreitung von nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern beitragen, die Biodiversität fördern und langfristiges, umweltbewusstes Wirtschaftswachstum ermöglichen.



UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

LEGENDE
 ✓+ übererfüllt
 ✓ voll erfüllt
 □ größtenteils erfüllt

5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI 102-43; Managemensansatz:
Umwelt (103-2; 103-3); GRI 301-3

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

Kreislaufwirtschaft vorantreiben

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Ressourcenschonung und Abfallvermeidung im Fokus

Die Endlichkeit natürlicher Ressourcen und negative Umwelteffekte durch die Rohstoffgewinnung gehören zu den großen ökologischen Herausforderungen der Gegenwart. Sie erzeugen einen erheblichen Handlungsdruck in Richtung Ressourceneffizienz, Abfallvermeidung und Kreislaufwirtschaft, der bereits deutlich veränderte rechtliche und politische Rahmenbedingungen bewirkt hat. Dazu zählt eine verschärfte Regulierung, wie sie sich etwa im Kreislaufwirtschaftsgesetz, dem Batteriegesetz oder der Gefahrstoffverordnung ausdrückt. Zudem ist die Förderung der Kreislaufwirtschaft ein zentraler Aspekt des Green Deal der Europäischen Union mit entsprechenden Aktionsplänen, unter anderem auch für die Elektronik- und IT-Branche. Auch die EU-Taxonomie-Verordnung räumt einer ressourceneffizienten und kreislaforientierten Wirtschaftsweise einen besonderen Stellenwert ein und strebt hier eine Lenkungswirkung bei Investitionen und Kapitalmarktaktivitäten an.

Die Kreislaufwirtschaftsmodelle bieten den Unternehmen aber auch verstärkt die Möglichkeit, wertvolle Ressourcen und damit Kosten zu sparen sowie den Kunden nachhaltig erzeugte und zu nutzende Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Damit steigt nicht nur ihre Wettbewerbsfähigkeit, sondern auch ihre Glaubwürdigkeit als verantwortungsbewusste Akteure in der Gesellschaft.

Vor diesem Hintergrund hat die Telefónica, S.A. Group bereits ein eigenes „Circular Economy Model“ entwickelt, das auch den Rahmen für die Ausrichtung

unserer Aktivitäten setzt. Es basiert auf den Prinzipien von Wiederverwendung und Recycling, der Kontrolle ökologischer Kriterien in der Lieferkette, nachhaltigen Produktangeboten und der Förderung von Öko-Design in der Produktentwicklung.

Auch die Telefónica Deutschland Gruppe ist bestrebt, Ressourcenverbrauch und Abfallmengen kontinuierlich zu reduzieren. In unserem aktuellen Materialitätsprozess zur Nachhaltigkeitsstrategie haben wir die Kreislaufwirtschaft als wesentliches Thema identifiziert. Damit wird dies auch ein maßgebliches Handlungsfeld im Rahmen unseres neuen, für den Zeitraum bis 2025 geltenden Responsible Business Plan sein.

Unser Fokus bei dem Thema Kreislaufwirtschaft liegt vor allem auf den Produkten, den Netzstandorten sowie den Bürostandorten und Shops unseres Unternehmens. Bereits heute richtet sich unsere **Umwelt-** und **Energiepolitik** auf die Schonung wertvoller Ressourcen und den verantwortungsvollen Umgang mit Abfällen. Dazu optimieren wir kontinuierlich unsere Prozesse und nutzen digitale Lösungen. Die Reduzierung von Abfall wird bei der Telefónica Deutschland Gruppe prozess- und bereichsübergreifend verstanden. Bei der Entsorgung unvermeidbarer Abfälle achten wir konsequent darauf, dass die umweltrechtlichen Standards eingehalten werden.

PROZESSE UND STEUERUNG

Ressourceneffizienz zielgerichtet managen

Der Schutz natürlicher Ressourcen gehört bei der Telefónica Deutschland Gruppe zu den wichtigsten

Gebieten, die im Rahmen des Umweltmanagementsystems nach **ISO 14001** adressiert werden. Der Umweltmanagementbeauftragte, der im CR-Bereich angesiedelt ist, berichtet zu Maßnahmen und Zielerreichung an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs. Mit der Verabschiedung unserer neuen Klimastrategie und dem Ziel, bis 2025 null Netto-CO₂-Emissionen zu verursachen, setzen wir ein deutliches Zeichen in Richtung Ressourcenschonung. Denn Maßnahmen zum Klimaschutz wie beispielsweise beim Netzausbau oder die Nutzung von hocheffizienten Cloud-Rechenzentren bringen neue Generationen von effizienteren Geräten mit sich.

Darüber hinaus dienen eine Reihe von Richtlinien und Selbstverpflichtungen einer ressourceneffizienten Wirtschaftsweise unseres Unternehmens. Dazu zählen das Bekenntnis zum UN Global Compact und dessen Umweltprinzipien, die **Umwelt-** und **Energielinien**, die **Menschenrechtsrichtlinie** sowie die **Supply Chain Sustainability Policy** einschließlich der **Beschaffungsrichtlinie für geringen CO₂-Ausstoß** und der Vorgaben in Bezug auf Konfliktmineralien. Im Bereich Abfallmanagement agieren wir ebenfalls nach einer eigenen Richtlinie. Die Erfassung und die Auswertung der relevanten Abfallmengen werden mit der Einführung des Abfallmanagementsystems „GReTel“ (Gestión de Residuos de Telefónica) unterstützt, das speziell für die Bedürfnisse der Telefónica, S.A. Group entwickelt wurde.



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Nachhaltiger Lebenszyklus von Smartphones

Im Mittelpunkt unseres wachsenden Engagements für eine ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft stehen Smartphones. Ihr gesamter Lebenszyklus von der Herstellung bis zur Entsorgung ist mit Umweltauswirkungen verbunden. Oft landen sie ausrangiert in der Schublade. Dabei können laut einer Veröffentlichung von Bitkom e. V. im Jahr 2011 gut 80 % der Handybestandteile wiederverwertet werden. Zahlreiche Bauteile enthalten wertvolle Rohstoffe – von Metallen bis hin zu seltenen Erden. Die [Deutsche Umwelthilfe](#) schätzt, dass etwa 2,9 Tonnen Gold, 30 Tonnen Silber und 1.100 Tonnen Kupfer in Form von ungenutzten Handys in unseren Haushalten liegen. Mit der Wahl des Smartphones, der langen Nutzung und dem verantwortungsvollen Recycling des Geräts können O₂ Kunden einen wichtigen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten.

Das bestehende Hardware-Angebot „O₂ My Handy“ wird seit Anfang des Berichtsjahres nachhaltiger gestaltet. Im Berichtsjahr haben wir eine neue [Microsite](#) erstellt, die unsere nachhaltigen Kundenangebote und Informationen bündelt. Unter dem Leitmotiv „Let’s keep the planet blue“ werden in den kommenden Jahren ökologische Initiativen an unterschiedlichen Touchpoints entlang der Customer Journey ausgebaut und kommuniziert, unter anderem die Nutzung von gebrauchten Handys ist dabei ein wichtiges Anliegen.

Im Rahmen unseres Einkaufs richten wir zunächst den Blick auf die Auswahl der Smartphones, die wir unseren Kunden anbieten wollen. Über unsere Supply Chain Sustainability Policy verpflichten wir unsere Lieferanten zur Einhaltung hoher ökologischer Standards – angefangen bei der Rohstoffgewinnung, über den Wasserverbrauch, die Produktion und den Transport bis hin zum Umgang mit Abfällen. Die Unbedenklichkeit der verwendeten Ressourcen wird durch eine „Environmental Declaration“ kontrolliert.

Wir erwarten von den Herstellern zudem, dass Öko-designprinzipien und Reparierbarkeit so weit wie möglich berücksichtigt werden und eine bevorzugte Verwendung von Recyclingmaterial erfolgt.

Transparente Nachhaltigkeit bei Produkten und Dienstleistungen

Im nächsten Schritt bietet O₂ auf einer [Website](#) Informationen zu Produkten und Dienstleistungen an, die Kunden helfen, die angebotenen Smartphones unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu betrachten – von der Kaufentscheidung bis zum Recycling. Mit dem Fairphone bietet das Unternehmen im Rahmen von „O₂ My Handy“ ein besonders nachhaltiges Gerät mit Zubehör an. Dessen Hersteller legt Wert auf faire Arbeitsbedingungen bei der Produktion, recycelte Materialien, Transparenz bezüglich verwendeter Rohstoffe, Reparatur- und Langlebigkeit sowie einen durchdachten Recyclingansatz. Inwieweit das eigene Handy Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft hat, können O₂ Mobilfunkkunden über den Eco Index genauer in Erfahrung bringen. Hier sind zahlreiche Informationen zu Energieverbrauch, CO₂-Emissionen, Entsorgungswegen, Sozialstandards in der Produktion und Rohstoffen von Mobilfunkgeräten enthalten. Für mehr Transparenz ist der Eco Index zudem in einem dedizierten Abschnitt auf den Produktdetailseiten derjenigen Smartphones ausgewiesen, deren Hersteller sich der Initiative angeschlossen haben. Auch bei den Vertriebswegen zählt für uns die Ressourceneffizienz. Das verdeutlicht etwa der Einsatz des Half-SIM-Trägerformats in unseren Shops und bei der Ausgabe an O₂ Postpaid-Neukunden. Der SIM-Karten-Träger ist im Vergleich zum vorher genutzten Scheckkartenformat nur halb so groß und halb so schwer. 2020 haben wir rund 5,8 Millionen SIM-Karten in der neuen Trägerausführung an unsere Kunden und Partner ausgeliefert, unser Ziel eines Umstiegs auf dieses Format aber nur zu 97 % erreicht. Dadurch konnten mindestens 11,5 t Plastikmüll eingespart werden.



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI 102-43; Managementansatz:
Umwelt (103-2; 103-3)

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

Darüber hinaus versendet das Unternehmen seine aus Recyclingmaterial bestehenden Pakete auf klimaneutralem Wege mit DHL GoGreen an Kunden sowie Shops – und das ohne Aufpreis. Um Transportvolumen zu sparen und Füllmaterial zu vermeiden werden die Pakete für nahezu jedes versandte Gerät individuell zugeschnitten. Die Verpackung unserer O₂ DSL-Router wurden so entworfen, dass der weitere Versand ganz ohne Umverpackung auskommt und lediglich ein Adresslabel angebracht werden muss.

Althandys in die Kreislaufwirtschaft bringen

Wir engagieren uns bereits seit 18 Jahren im Handyrecycling und arbeiten dabei seit 2015 eng mit dem NABU e. V. (Naturschutzbund Deutschland) und der gemeinnützigen AfB als Partner für die fachgerechte Entsorgung der eingesammelten Althandys zusammen. Unser Handyrecyclingprogramm ermöglicht es Verbrauchern, ihre Altgeräte verantwortungsvoll zu entsorgen. Dafür werden die Daten auf funktionsfähigen Mobiltelefonen über ein zertifiziertes Verfahren gelöscht und die Geräte von der AfB, soweit möglich, zur Wiedervermarktung aufbereitet. Das spart Emissionen, Metalle und Energie im Vergleich zur Produktion eines neuen Handys. Funktionsunfähige Geräte, beispielsweise Smartphones mit gebrochenem Display, werden durch einen mechanischen Schredder zerstört. Die nur wenige Millimeter kleinen Einzelteile werden an **Umicore** übergeben. Das Unternehmen ist eine zertifizierte Metallhütte für das Schmelzen von Elektroschrott und garantiert eine fachgerechte und ökologisch einwandfreie Entsorgung.

Für jedes eingegangene Handy zahlt die Telefónica Deutschland Gruppe einen Beitrag an den NABU, der aktuell dem NABU-Insektenschutzfonds zugutekommt und damit insbesondere die Erhaltung der Biodiversität fördert. Über das Handyrecyclingprogramm konnte das Unternehmen allein im Jahr 2020 über 110.000 Althandys einsammeln.

Unseren O₂ Business-Kunden bieten wir seit 2020 den Rückkauf der gebrauchten Smartphones ihrer Mitarbeitenden an. Die funktionsfähigen Altgeräte können gleichfalls aufgearbeitet werden. Die Datenlöschung erfolgt nach einem zertifizierten, rechtskonformen Verfahren.

Ressourceneffizienz im Produktbereich bestimmt überdies unseren Umgang mit DSL- Routern, die wir von Kunden zurückerhalten. Diese Geräte werden technisch geprüft und so aufbereitet, dass sie danach in einem neuwertigen Zustand sind. Nicht wiederaufbereitbare Router werden fachgerecht über einen europäischen Schmelzbetrieb entsorgt.

Ressourcenschonung bei Netzbau und Managementprozessen

Im Zuge der Modernisierung der Netzinfrastruktur der Telefónica Deutschland Gruppe werden Abbauten bei Technikwechseln oder der Erweiterung von Standorten vorgenommen. Auf Rückbau wird zunächst bei den Standorten verzichtet, die in Zukunft als 5G-Standort relevant sein können. Der Elektronikschrott bei abge-

bauten Basisstationen ist, bis auf wenige Ausnahmen, wirtschaftlich und technologisch nutzlos. Mit der Unterstützung eines spezialisierten Recyclingunternehmens werden Rückbauten daher einer schnellen und effizienten Verwertung zugeführt. Aus dem Elektronikschrott werden wertvolle Rohstoffe wie Eisen, Aluminium und Buntmetalle weitestgehend zurückgewonnen und können bei hoher Ausbeute direkt in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführt werden. Verbleibende Abfälle werden entsprechend den geltenden gesetzlichen Bestimmungen ordnungsgemäß entsorgt. Das Recycling erfolgt analog unserer Umweltzertifizierung nach ISO 14001, die eine schnelle, fachgerechte und nachweisbare Verwertung sicherstellt. Der Abtransport des Elektronikschrotts zur Verwertungsanlage wird überdies durch eine effektive Transportlogistik unterstützt, die Leerfahrten der LKWs vermeiden und zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes beitragen soll.

In unseren Büros, Call-Centern und Daten-Centern wird kontinuierlich alte Hardware durch neue, leistungsfähige und auch energieeffizientere Modelle ersetzt. Die Entsorgung oder Wiederaufbereitung von alten Laptops, Monitoren oder Druckern übernimmt unser IT-Servicepartner.



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

Unsere digitale Servicestrategie beinhaltet, im Kundenservice den Einsatz von Papier zu reduzieren. Wir vereinfachen und erleichtern den Kundendialog über unsere digitalen Services wie Apps und Assistenten, die wir kontinuierlich verbessern, um unseren Kunden ihre gewünschten Informationen bereitzustellen. Einsparpotenziale im Papierverbrauch sehen wir insbesondere beim Versand der Online-Rechnungen an unsere Kunden, beispielsweise über die „Mein O₂“-App. Der Anteil der Online-Rechnungen lag Ende 2020 bei 91 %. In den kommenden Jahren wollen wir mit weiteren Maßnahmen den Anteil der Online-Rechnungen weiter steigern (Ziel 2022: 92 %), um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern.

An unseren Bürostandorten sowie in unseren Call-Centern und Shops verwenden wir ausschließlich Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“. Unseren Mitarbeitenden ermöglichen wir den ressourcenschonenden Umgang mit Papier, indem das Unternehmen die digitale Dokumentenverwaltung vorantreibt.

Wir haben außerdem an unseren Standorten Düsseldorf und Hamburg mit RECUP ein Pfandsystem für Coffee-to-go-Becher eingeführt, das Einwegmüll vermeidet und Ressourcen schont. Kaffeegenießer kaufen ihren Kaffee im RECUP-Becher, zahlen 1 EUR Pfand und für den Kaffee etwas weniger als im Einwegbecher. Den leeren RECUP-Becher können sie vor Ort im Unternehmen, aber auch bei allen RECUP-Partnern deutschlandweit abgeben und erhalten ihr Pfand zurück. Die Becher werden gereinigt und sofort wieder in Umlauf gebracht. Am Standort München erfolgt die Übernahme dieses Mehrweg-Modells, sobald die pandemiebedingten Einschränkungen aufgehoben sind.

Responsible Business Plan 2016–2020

Highlights der erreichten Ziele

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

- Über unser Handyrecyclingprogramm haben wir in 5 Jahren mehr als 480.000 Altgeräte eingesammelt.
- In unseren Shops und Büros verwenden wir ausschließlich Papier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“.
- Der Anteil ressourcensparender Onlinerechnungen liegt bei 91 %.
- Mit der Einführung des Half-SIM-Trägerformats und der eSIM haben wir über 11 Tonnen Plastik in 2020 eingespart.
- Die Implementation des Systems GreTel hat die Effizienz unseres Abfallmanagements erhöht.

GRI 102-43; Managementansatz:
Umwelt (103-2; 103-3)

UNGC-Prinzip 7, 8, 9



Mobilfunk und Schutz der Gesundheit

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Gesundheit der Menschen und Aufklärung im Mittelpunkt

Die Gesundheit unserer Kunden, der Anwohner und unserer Techniker zu schützen, hat für uns Priorität. Dazu zählt zum einen die Einhaltung der Grenzwerte unserer Mobilfunkbasisstationen, die von der Bundesnetzagentur geprüft werden. Außerdem stellen wir die Einhaltung der elektromagnetischen Grenzwerte bei den von uns vertriebenen Handys sicher. Unsere Kunden können sich hierüber auf unseren Kanälen informieren oder sich beraten lassen. Schon 2001 ist die Telefónica Deutschland Gruppe diesbezüglich eine Selbstverpflichtung gegenüber der Bundesregierung eingegangen. Durch externe Gutachten wird die Erfüllung der Auflagen kontinuierlich überprüft. So führt das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) bereits seit 2002 im Auftrag des Informationszentrums Mobilfunk (IZMF e. V.) regelmäßige Umfragen und Untersuchungen zum Thema Mobilfunk in Städten und Gemeinden durch. Im Juni 2020 wurde dazu bereits das elfte Gutachten vom Difu veröffentlicht.

Die Umsetzung der politisch geforderten flächendeckenden Versorgung mit Mobilfunk – insbesondere die Frequenzauflagen für den Ausbau im ländlichen Raum – verlangt bis mindestens 2024 den Neubau zahlreicher Mobilfunkstandorte. Daneben führt die Etablierung des 5G-Standards in einigen Arealen zum Neubau von Standorten mit teilweise höheren Frequenzen und mit geringerer Reichweite. Der Standortausbau steigt somit gegenüber den vergangenen

Jahren überproportional an. Diese Entwicklungen sind anlassgebend für die Sorge vor Gesundheitsrisiken durch Funkwellen, die in Öffentlichkeit und Medien artikuliert wird. Auch die Bürger sehen hier Informationsbedarf: So fühlen sich nur 22,5 % der Teilnehmer einer vom Bundesamt für Strahlenschutz (BfS) durchgeführten Umfrage ausreichend von offiziellen Stellen über die Auswirkungen elektromagnetischer Felder im Zusammenhang mit dem Mobilfunk informiert. Fast die Hälfte der Befragten sehen sich vor diesem Hintergrund nicht ausreichend geschützt. Wir nehmen das darin zum Ausdruck kommende Informationsbedürfnis sehr ernst und arbeiten weiterhin daran, die Bevölkerung bestmöglich mit Informationen zu versorgen.

Bei elektromagnetischen Feldern, die durch Antennen von Mobiltelefonen und Mobilfunk-Basisstationen erzeugt werden, lassen sich, bei Einhaltung der gesetzlich definierten Grenzwerte, keine gesundheitlich schädlichen Auswirkungen auf den menschlichen Körper nachweisen (BMU). Zur Wirkung der elektromagnetischen Felder im vom Mobilfunk genutzten Frequenzbereich gibt es eine sehr große Anzahl an wissenschaftlichen Untersuchungen. Diese sind weitestgehend auch für die derzeit für 5G zur Verfügung stehenden Frequenzen aussagekräftig: Innerhalb der gültigen Grenzwerte und bei Einhaltung der an Mobiltelefone gestellten Anforderungen gibt es demnach keine bestätigten Belege für eine gesundheitliche Wirkung des Mobilfunks. Die Grenzwerte sind in der Verordnung über elektromagnetische Felder (26. Verordnung zur Durchführung des Bundes-Immissionsschutzgesetzes) festgelegt.

Um die geltenden Grenzwerte weiterhin abzusichern, wird das BfS die Verteilung der Exposition für die Bevölkerung sowie eventuelle biologische und gesundheitliche Wirkungen der noch wenig erforschten Frequenzbänder (bei 26 Gigahertz und höher) gesondert untersuchen.

Die Einschätzung zur gesundheitlichen Unbedenklichkeit des Mobilfunks wurde 2020 auch von der Internationalen Kommission für den Schutz vor nicht-ionisierender Strahlung (ICNIRP) bestätigt. Diese hat nach umfangreichen Forschungs- und Dialogprozessen aktualisierte **Richtlinien** herausgegeben, die den Gesundheitsschutz insbesondere bei hochfrequenten elektromagnetischen Feldern gewährleisten, die auch im Rahmen von 5G zum Einsatz gelangen und von uns eingehalten werden.

Die Telefónica Deutschland Gruppe kann für ihr 4G- und 5G-Netz Mobilfunkfrequenzen im Bereich von 700 MHz bis 3.700 MHz nutzen – Frequenzen, die bereits seit Jahren gut erforscht wurden. Neue Frequenzbereiche bei 26 GHz oder 40 GHz sollen erst zukünftig und voraussichtlich kleinräumig zum Einsatz kommen und werden bereits intensiv erforscht.

Unser erklärtes Ziel ist es, einerseits die vielfältigen Chancen von 5G für Gesellschaft und Verbraucher zu vermitteln und gleichzeitig angemessen zu berücksichtigen, dass Menschen zahlreiche Fragen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit haben.

5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI Managementansatz:
Kundengesundheit und -sicherheit
(103-2; 103-3); GRI 416-1

Zu diesem Themenfeld stellen wir daher umfangreiche Informationen zur Verfügung. Dies ist allerdings eine Aufgabe, die die Unternehmen nicht allein leisten können, da dabei auch Fragen der Unabhängigkeit und Objektivität berührt werden. Daher begrüßen wir den von der Bundesregierung 2020 initiierten Aufbau eines Kompetenzzentrums Elektromagnetische Felder (EMF) und die gestartete Kommunikationsinitiative „Deutschland spricht über 5G“.

PROZESSE UND STEUERUNG

Strikte Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Grenzwerte

Die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und Grenzwerte bei der Implementierung, der Instandhaltung und der Umrüstung unseres Netzes auf neue Technologien wird von uns strikt überwacht und durch die zuständigen Behörden überprüft und bescheinigt. Zur Verifizierung der Einhaltung der Grenzwerte haben wir eine Verfahrensanweisung implementiert und führen mit eigenen Teams kontinuierlich interne Audits an den durch unsere Techniker und Dienstleister gewarteten Mobilfunkstandorten durch. Die Verantwortung für die Kontrolle übernimmt eine interne Abteilung im Bereich Mobile Access Network. Unsere Fachkräfte für Arbeitssicherheit achten im Rahmen ihrer Aufsichts- und Kontrollfunktion auf die Einhaltung bestehender Regelungen wie auch gesetzlicher Vorgaben und tragen damit zum Schutz und zur Gesunderhaltung der Beschäftigten bei.

Um mögliche Auswirkungen von Mobiltelefonen auf den Menschen messen und bewerten zu können, wurde der SAR-Wert definiert. Dieser gibt die bei der Mobilfunknutzung maximal aufgenommene Leistung im Körper wieder. Entsprechend der Norm EN 50361 gilt

in der EU ein Grenzwert beim Telefonieren von höchstens 2 W/kg. Die SAR-Werte von Handys liegen meist deutlich unter diesen Grenzwerten, da ihre Sendeleistungen automatisch geregelt und bei Bedarf minimiert werden. Kunden der Telefónica Deutschland Gruppe können sich in den Shops und unter www.telefonica.de über den genauen SAR-Wert ihres Mobiltelefons sowie allgemein zum Thema Gesundheitsschutz informieren.

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Enger Austausch mit Kommunen und Politik

Für den Auf- und Ausbau unserer Telekommunikationsinfrastruktur sind vor allem die Kommunen wichtige Partner. So stimmen wir uns beim Netzausbau eng mit den Städten und Gemeinden ab, auf deren Gebiet die technischen Anlagen errichtet werden sollen. Damit folgen wir der Selbstverpflich-

tung gegenüber der Bundesregierung, dem Bundes-Immissionsschutzgesetz und einer Vereinbarung mit den kommunalen Spitzenverbänden, der sich die vier deutschen Mobilfunkunternehmen angeschlossen haben. Diese Vereinbarung wurde 2020 den aktuellen Erfordernissen mit dem Ziel angepasst, die Einbindung der Kommunen auch beim Aufbau der 5G-Netze und dem Ausbau der Netzinfrastruktur sicherzustellen und gleichzeitig einen möglichst raschen und konfliktfreien Infrastrukturausbau zu ermöglichen. Neu aufgenommen wurden detaillierte Regeln zur Erweiterung und gemeinsamen Nutzung von bestehenden Mobilfunkstandorten, zum Umgang mit Standortalternativen sowie Empfehlungen für die Nutzung kommunaler Liegenschaften. Die Vereinbarungen zwischen Mobilfunknetzbetreibern, Bundesregierung und kommunalen Spitzenverbänden bieten den Kommunen zudem ein breites Spektrum an wirksamen Dialog- und Mitwirkungsmaßnahmen.



5.0 Umwelt und Klimaschutz

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Mobilfunk und Gesundheit

GRI Managementansatz:
Kundengesundheit und -sicherheit
(103-2; 103-3); GRI 416-1

Mit unserer Expertise haben wir uns 2020 bei verschiedenen Informationsveranstaltungen vor Ort eingebracht. Dazu zählten die Auftaktveranstaltung der Informations- und Kommunikationsinitiative „Mobilfunk und 5G“, die vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau in Baden-Württemberg ins Leben gerufen wurde und sich an Bürger sowie an Städte und Gemeinden richtet. Zudem haben wir bei den Mobilfunktagen Nordbayern und Südbayern mitgewirkt, die vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie und den regionalen Industrie- und Handelskammern für Bürgermeister organisiert wurden und die aktuellen Entwicklungen rund um 5G in den Fokus genommen haben.

Im Rahmen des „Mein 5G“-Podcasts haben wir uns ebenfalls mit Fragen zu Grenzwerten und Gesundheit, aber auch zu Mythen, Verschwörungstheorien und vermeintlichen Strahlungsgefahren rund um die neue Mobilfunkgeneration auseinandergesetzt. In der Podcast-Folge „5G und der Strahlungs-Mythos“ sprach Valentina Daiber, Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe, mit Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, und Prof. Dr. Alexander Lerchl von der Jacobs University Bremen, der seit Jahren intensiv zu Mobilfunkfrequenzen forscht.

Informationszentrum Mobilfunk als zentrales Wissensportal

Aufklärung und Information sehen wir als wichtigen Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung gegenüber Kunden, Bürgern und Kommunen. Daher haben wir unsere Aktivitäten beim Betrieb des Internetportals www.informationszentrum-mobilfunk.de fortgesetzt und deutlich intensiviert. Der Auf- und Ausbau der Mobilfunknetze im gesellschaftlichen Konsens, Verbraucherthemen und der Gesundheitsschutz stehen im Fokus dieses Informationsangebotes. Mittlerweile haben sich neben dem bisherigen Co-Mitglied Telekom



Deutschland auch Vodafone und 1&1 Drillisch dieser Initiative angeschlossen. Auf dem Portal finden Interessierte Online-Broschüren, Videos, Links, Studien, Gutachten, aktuelle Meldungen und Interviews mit Experten.

Im Rahmen der Interviews geben renommierte Wissenschaftler Einblicke in die Wissensgebiete und Forschungsfelder im sich rasant entwickelnden Feld des Mobilfunks und beleben die Diskussion mit Branchenvertretern und Nutzern. So informierte auch hier Prof. Dr. Lerchl über Untersuchungen der Auswirkungen von 5G-Frequenzen auf menschliche Zellen. Zu möglichen gesundheitlichen Risiken elektromagnetischer Felder gab zudem Martin Rössli, Professor für Umweltepidemiologie am Schweizerischen Tropen- und Public Health-Institut in Basel, Auskunft. Lutz Stobbe vom

Fraunhofer-Institut für Zuverlässigkeit und Mikrointegration IZM in Berlin informierte über das Forschungsprojekt UTAMO, das im Auftrag des Umweltbundesamtes die Umweltauswirkungen und Energiebilanzen künftiger Mobilfunknetze untersucht.

Das Informationszentrum Mobilfunk hat während des Berichtsjahres in Kooperation mit dem Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB) zwei Informationsbausteine entwickelt. Diese decken die Themenfelder Dialog und Kommunikation sowie Infrastruktur und Technik ab. Damit soll ein sachlicher, wissenschaftsbasierter Umgang mit dem Thema Mobilfunk vor Ort erleichtert werden. Wir streben für das Jahr 2021 eine Fortsetzung der Kooperation mit dem DStGB an.

Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

1.0 Digitalisierung gestalten

2.0 Corporate Responsibility
managen

3.0 Verantwortlich
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima
schützen

6.0 Herleitung und Evaluierung
unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan
2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan
2025: CR-Ziele ab 2021

7.0 Daten und Fakten



Zum 7. Mal
in Folge
Bestnote

A

bei CDP für
Telefónica, S.A. ¹

¹ www.telefonica.de/news/corporate/2020/12/bestnote-a-in-der-cdp-klima-liste-telefonica-zum-siebten-mal-in-folge-fuer-weltweite-fuehungsrolle-im-klimaschutz-ausgezeichnet.html

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

GRI 103-1 (alle wesentlichen Themen); GRI 102-15; 102-46; 102-47

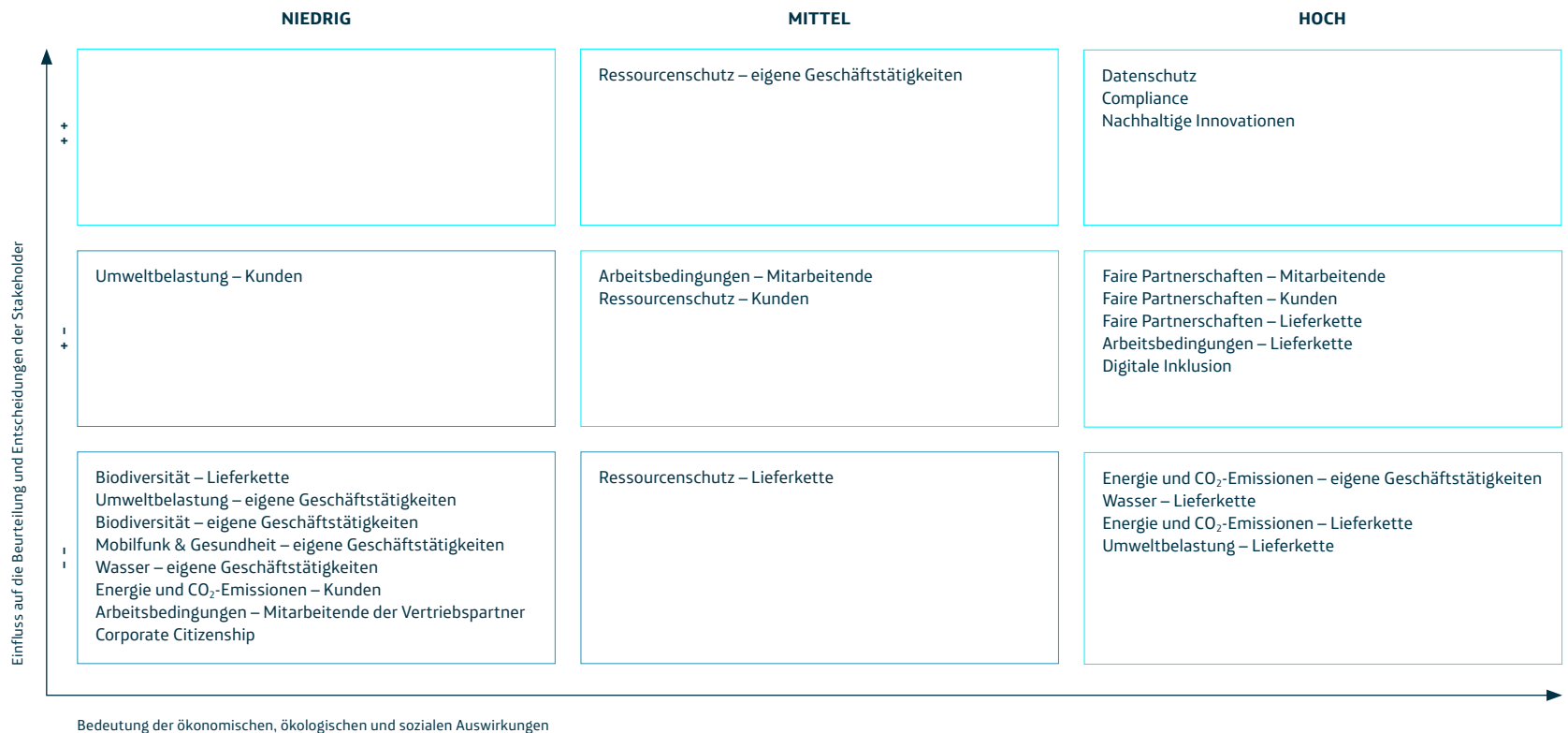
Wesentlichkeit nach GRI

Die Telefónica Deutschland Gruppe leitet aus einem kontinuierlichen CR-Strategie-Prozess, der sowohl Stakeholdererwartungen 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 und

ökologischen 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 [Kapitel 2.2](#) zu

finden. Im Rahmen der Weiterentwicklung der CR-Strategie der Telefónica Deutschland Gruppe für die Jahre 2021–2025 haben wir im Berichtsjahr eine umfangreiche Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Deren Ergebnis wird unser Handeln ab 2021 leiten und als Basis für die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung dienen.

IM DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN



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 Gruppe wesentlichen Themen finden sich in obiger Grafik hellblau umrandet.

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

GRI 103-1 (alle wesentlichen Themen); GRI 102-15; 102-46; 102-47

ZUORDNUNG NACH GRI-STANDARDS

CR-THEMA	FOKUS/GRENZEN	GRI-STANDARDS
Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> • Gewährleistung einer fairen und respektvollen Zusammenarbeit mit den Unternehmen, die für die Telefónica Deutschland Gruppe Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten) • Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Unternehmen, die für die Telefónica Deutschland Gruppe Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten) • Verringerung der CO₂-Emissionen in Unternehmen, die für die Telefónica Deutschland Gruppe Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten) • Verringerung des Wasserverbrauchs in Unternehmen, die für die Telefónica Deutschland Gruppe Produkte herstellen oder Leistungen erbringen (Lieferanten) 	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"> • Gewährleistung eines fairen und respektvollen Umgangs mit den Mitarbeitenden der Telefónica Deutschland Gruppe • Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden der Telefónica Deutschland Gruppe 	401 – Beschäftigung 402 – Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 403 – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 404 – Aus- und Weiterbildung 405 – Vielfalt und Chancengleichheit 412 – Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte
Kunden	Gewährleistung eines fairen und respektvollen Umgangs mit den Kunden der Telefónica Deutschland Gruppe	417 – Marketing und Kennzeichnung
Compliance	Gewährleistung, dass Mitarbeitende und Partner der Telefónica Deutschland Gruppe im Umgang miteinander und mit Kunden alle Gesetze und Vorschriften einhalten	205 – Korruptionsbekämpfung 206 – Wettbewerbswidriges Verhalten 307 – Umwelt-Compliance 406 – Gleichbehandlung 407 – Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 408 – Kinderarbeit 409 – Zwangs- oder Pflichtarbeit 412 – Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 415 – Politische Einflussnahme 419 – Sozioökonomische Compliance
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
Nachhaltige Innovationen	Entwicklung digitaler Technologien und Angebote, um das Leben der Kunden der Telefónica Deutschland Gruppe einfacher, sicherer, gesünder und umweltfreundlicher zu gestalten	201 – Wirtschaftliche Leistung 203 – Indirekte ökonomische Auswirkungen
Datenschutz	Gewährleistung der Datensicherheit, sodass sensible Daten der Telefónica Deutschland Gruppe (z. B. Kundendaten) nicht entwendet, missbraucht oder abgerufen werden können	416 – Kundengesundheit und Kundensicherheit 417 – Marketing und Kennzeichnung 418 – Schutz der Kundendaten
Energie & CO₂-Reduktion	Verringerung der CO ₂ -Emissionen an den Standorten der Telefónica Deutschland Gruppe	302 – Energie 305 – Emissionen
Ressourcenschutz	Verringerung des Verbrauchs knapper Ressourcen an den Standorten und durch Kunden der Telefónica Deutschland Gruppe durch Produktanpassung, Recycling und Wiederverwertung	301 – Materialien

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

GRI 102-15; 102-31; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5

Finanzielle Klimarisiken

Risiken und Chancen des Klimawandels bewerten

Eine standardisierte und transparente Berichterstattung zu Klimarisiken gemäß den Empfehlungen der Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) soll das Risiko finanzieller Effekte des Klimawandels auf die Kapitalmärkte verringern und den Unternehmen als Vorbereitung auf die Folgen des Klimawandels dienen.

Wir sind uns bewusst, dass die Auswirkungen des Klimawandels auch für unser Geschäftsmodell Risiken und Chancen hervorbringen, die wir in unseren Planungen berücksichtigen müssen. Daher werden wir die Empfehlungen der TCFD sukzessive umsetzen, um eine klimabezogene Resilienz in die Unternehmensstrategie zu integrieren.

Bei der Telefónica, S.A. Group ist der Umgang mit dem Klimawandel bereits in den Bereichen Unternehmensführung, Strategie, Risiken und Ziele integriert. Der Konzern verpflichtet sich als Mitglied des Aktionsbündnisses „Business Ambition for 1.5°C“, dazu beizutragen, die globale Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen. CDP hat den Leistungen des Konzerns für den Klimaschutz in seiner jährlichen Bewertung die Bestnote A verliehen. Bestandteil der Prüfung ist u. a. die Transparenz bei der Reduzierung von Emissionen und die Minderung von Klimarisiken.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verfolgt mit ihrem Responsible Business Plan auch das Ziel, durch eine verbesserte Umweltbilanz ebenso positive Effekte bei finanziellen Ergebnissen zu erzielen: So trägt eine höhere Energieeffizienz zur Reduktion von Energie-

kosten und Treibhausgasausstoß bei, was auf längere Sicht umgekehrt die Auswirkungen des Klimawandels auf das Unternehmen reduzieren soll. Effiziente und miteinander verbundene Technik, wie die unserer mit Smart Metern ausgestatteten Netzwerkstandorte, senkt durch „Predictive Maintenance“ das Ausfallrisiko von Anlagen und die damit verbundenen Kosten.

Wir sind uns der Bedeutung bewusst, welche die TCFD einer Szenario- und Risikoanalyse zumisst. Wir stehen hier erst am Anfang, werden dieses Thema künftig aber geplant vorantreiben, um uns auch strategisch bestmöglich auf die Folgen des Klimawandels vorzubereiten. Zu unseren wichtigsten Aufgaben zählt dabei die Stärkung der Resilienz unseres Netzes als Maßnahme der Risikominderung und -anpassung.

Die Empfehlungen der TCFD gliedern sich in die vier Bereiche Governance, Strategie, Risikomanagement sowie Kennzahlen & Ziele, zu denen wir nachfolgend berichten.

1. Governance

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat mit der Energie- und Klimastrategie den Umgang mit dem Klimawandel im Responsible Business Plan verankert. Beides wird in Abstimmung mit dem Vorstand weiterentwickelt und evaluiert. Im Unternehmen ist die CR-Abteilung dem Vorstandsbereich für Legal & Corporate Affairs zugeordnet und berichtet direkt an den Vorstand. Die Bonusregelungen in der Vergütung für Vorstand und Führungskräfte sind mit der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen des Unternehmens verknüpft, wie etwa der Reduktion von CO₂-Emissionen. Das

Unternehmen verfügt über ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 sowie ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001, die beide zertifiziert sind. Jährlich erfolgt eine externe Verifizierung der Treibhausgasemissionen gemäß der ISO 14064.

Bei der Telefónica, S.A. Group sind die Klima- und die Energiestrategie ebenso Teil des globalen Responsible Business Plan, der vom Board of Directors verantwortet wird. Für dessen Einhaltung und Weiterentwicklung trägt das Sustainability and Quality Committee die Verantwortung. Konzernweit ist ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 nahezu flächendeckend etabliert. Managementsysteme nach ISO 50001 bestehen in Spanien und Deutschland, ihre Gültigkeit soll auf weitere Standorte ausgedehnt werden.

2. Strategie

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im Jahr 2015 eine ganzheitliche CR-Strategie entwickelt, die die geschäftsstrategische Ausrichtung ebenso wie die Erwartungen unserer Stakeholder berücksichtigt. In unserem Responsible Business Plan 2020 ist das Handlungsfeld „Umwelt & Klima schützen“ fest verankert. Wir stellen Energieeffizienz und CO₂-Reduzierung in den Mittelpunkt unserer Strategie zur Klimaneutralität bis 2025 und wollen einen Beitrag zur nachhaltigen Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft leisten.

Neben den nachfolgend berichteten Risiken erkennen wir Chancen für unser internes Energiemanagement wie auch für das Unternehmenswachstum, so etwa durch den Absatz von Produkten und Dienstleistungen, welche die CO₂-Emissionen der Kunden

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

GRI 102-15; 102-31; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5

reduzieren. Künftig wollen wir als Telefónica Deutschland Gruppe entsprechend den TCFD-Empfehlungen Szenario-Analysen zur besseren Vorbereitung auf die Effekte des Klimawandels durchführen. Zudem sind wir bestrebt, das Management klimabedingter Chancen und Risiken stärker in unser Geschäftsmodell zu integrieren.

Der Umgang mit dem Klimawandel ist in die Geschäftsstrategie der Telefónica, S.A. Group integriert. 2020 hat der Konzern neue Energie- und Klimaziele für die Jahre 2025, 2030 und 2040 formuliert, die sich am 1,5 °C-Szenario des Pariser Klimaabkommens orientieren und von der Science Based Targets Initiative (SBTi) validiert wurden. Eine klimaschonende Weise des Wirtschaftens bietet erhebliche Möglichkeiten sowohl für das interne Energiemanagement als auch für das Geschäftswachstum durch den Verkauf von emissionsarmen Produkten und Dienstleistungen. Interne Möglichkeiten ergeben sich durch den Plan für erneuerbare Energien mit der Nutzung eigener Energieerzeugungskapazitäten und langfristiger Stromabnahmeverträge sowie den Plan für Energieeffizienz, der sich auf die Netzmodernisierung und den Ausbau von 4G und 5G konzentriert. Diese Maßnahmen sollen die mittel- und langfristigen Betriebskosten des Unternehmens senken. Unter externem wie internem Blickwinkel bestehen Chancen für Geschäftswachstum, zum Beispiel durch nachhaltige Dienstleistungen für den Übergang zu einer dekarbonisierten Wirtschaft.

3. Risikomanagement

Die relevanten Fachbereiche der Telefónica Deutschland Gruppe berichten quartalsweise ihre klimabedingten Risiken an das allgemeine Risikomanagement. Das Unternehmen integriert damit diese Risiken und nimmt im Hinblick auf potenzielle Risiken aus nicht-finanziellen Themen eine Nettobewertung vor. Anhand der bereits ermittelten Eintrittswahrscheinlichkeit wurde ein konservativer Ansatz gewählt, bei dem

Risiken mit einer als „wahrscheinlich“ oder „hochwahrscheinlich“ eingestuften Eintrittswahrscheinlichkeit betrachtet wurden. Ergänzend berichten wir im Rahmen des gruppenweiten Risikomanagements zu klimabezogenen Risiken auch an die Telefónica, S.A. Group.

Über ein globales Risikomanagementmodell analysiert die Telefónica, S.A. Group die potenziellen Risiken und Chancen, die sich aus den prognostizierten Klimaauswirkungen ergeben. Dabei werden bei den physischen Risiken die Wahrscheinlichkeit und die Auswirkungen ermittelt, die sowohl allmähliche Klimaveränderungen als auch extreme Klimaereignisse auf unsere Infrastrukturen und unseren Betrieb haben können. Bei den transformationsbedingten Risiken stehen solche im Vordergrund, die sich aus veränderter Regulierung, technologischen Innovationen und Veränderungen der Märkte oder der Reputation ergeben können. Bei der Analyse der Klimarisiken werden sowohl mittel- als auch langfristig zwei Szenarien in Bezug auf die CO₂-Konzentration zugrunde gelegt. Dabei handelt es sich um die Representative Concentration Pathways (RCP) 2.6 und 8.5 des UN Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

Bei der Telefónica, S.A. Group umfasst die Strategie Anpassungsmaßnahmen in Bezug auf die physischen wie auch die transformationsbedingten Veränderungen. Zu den wichtigsten Bausteinen zählen der „Business Continuity Plan for Climate Disasters“ und der „Energy Efficiency and Renewable Energy Plan“.

4. Kennzahlen & Ziele

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat für das Jahr 2020 im Rahmen ihres Responsible Business Plan eigene Energie- und Klimaziele verfolgt und erreicht. So wurde das Ziel der Reduktion der CO₂-Emissionen um 11 % bis 2020 (bezogen auf das Basisjahr 2015) mit 39 % Ende 2020 übererfüllt. Parallel wurde das

für 2020 anvisierte Ziel der Senkung des Energieverbrauchs pro Datenvolumen um 40 % gegenüber 2015 ebenfalls übertroffen (71 % Reduzierung). 100 % des selbst beschafften und kontrollierten Stroms stammt schon zielgerecht seit 2016 aus erneuerbaren Quellen. Eine im Jahr 2020 verabschiedete Strategie formuliert als Ziel die Klimaneutralität des Unternehmens bis spätestens 2025 mithilfe weiterer Steigerungen der Energieeffizienz und der kompletten Umstellung auf qualitativ hochwertigen Grünstrom. Darüber hinaus sollen nachhaltige Produkte und Dienstleistungen den Kunden ein klimaschonendes Handeln erleichtern (Scope 4 oder auch „vermiedene Emissionen“). Die direkten und indirekten CO₂-Emissionen (Scopes 1, 2 und 3) sind in der [Kennzahlentabelle](#) zu finden.

Im Jahr 2020 hat auch die Telefónica, S.A. Group ihr globales Klimaziel verschärft und will ihr ursprünglich für 2050 geplantes Ziel von null Netto-CO₂-Emissionen in ihren vier Hauptmärkten Spanien, Großbritannien, Deutschland und Brasilien bereits bis 2025 erreichen. Für diesen Zeitpunkt werden null Netto-CO₂-Emissionen in den Hauptmärkten unter Berücksichtigung der Scopes 1 und 2 einschließlich der Kompensation der verbleibenden Emissionen angestrebt. Der Energieverbrauch pro Verkehrseinheit (MWh/PB) soll bis 2025 um 90 % im Vergleich zu 2015 sinken. Für die Wertschöpfungskette des Unternehmens wurde das Ziel einer Emissionsreduzierung von 39 % bis 2025 und das Erreichen von null Netto-CO₂-Emissionen bis 2040 formuliert. Weiterhin wird in den Hauptmärkten Strom ausschließlich aus erneuerbaren Quellen beschafft und der Umstieg auf Grünstrom durch langfristige Verträge und Selbsterzeugung, auch bei nicht selbst kontrollierter Energie, gefördert. Darüber hinaus will das Unternehmen bis 2025 durch Konnektivität und nachhaltige Dienstleistungen seinen Kunden helfen, 5 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr ([Telefónica, S.A. Group Annual Report, S. 234](#)) einzusparen.

CHANCEN UND RISIKEN DES KLIMAWANDELS

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

GRI 102-15; 102-31; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5

RISIKEN DES KLIMAWANDELS

ÜBERGANGSRISIKEN



REGULIERUNG

Preissteigerung bestimmter Produkte und Dienstleistungen infolge von Steuern oder Abgaben in Bereichen, von denen wir abhängig sind (Energie, Transport usw.).



TECHNOLOGIE

Notwendigkeit eines vorzeitigen Abbaus von Anlagen im Bereich Heizung, Lüftung, Klima (HLK) oder Energie aufgrund der Umstellung auf saubere Energie.



MARKT

Höherer Energie-OPEX, beispielsweise in Ländern, die von Wasserkraft abhängig sind.



ANSEHEN

Weitere Informationen zu diesem Thema von wichtigen Stakeholdern (Investoren, Analysten, Kunden usw.).

PHYSISCHE RISIKEN



DAUERHAFT

Steigende Temperaturen könnten zu höherem Kühlungsbedarf führen.



EINMALIGE EREIGNISSE

Mehr extreme Wetterereignisse würden die Risiken für die betriebliche Kontinuität erhöhen.

Die physischen Risiken wurden von der Telefónica, S.A. Group in einer Studie zur Klimaanfälligkeit detailliert untersucht.

CHANCEN DURCH DEN KLIMAWANDEL



RESSOURCENEFFIZIENZ

Mit unserem Plan für Energieeffizienz optimieren wir unsere Betriebs- und Netzwerkkosten.



ECO-SMART-PRODUKTE UND -DIENSTLEISTUNGEN

Unsere Vernetzungs- und Digitalisierungslösungen sind der Schlüssel zu einer Reduzierung von Kohlendioxid in anderen Bereichen und bieten uns neue Geschäftschancen.



ENERGIEQUELLEN

Mit unserem Plan für erneuerbare Energien können wir unsere CO₂-Emissionen und die Energiekosten unseres Netzwerks senken.



RESILIENZ

Durch unsere Anpassungsmaßnahmen können wir Risiken und Chancen in der Unternehmensstrategie berücksichtigen, was unsere Investitionsentscheidungen, die Modernisierung und die Netzwerkbereitstellung beeinflusst.

6.0 Herleitung und Evaluierung
unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan
2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan
2025: CR-Ziele ab 2021

ESG-Ratings & Finance

Unser Ziel ist es, unsere Nachhaltigkeitsleistungen stets zu verbessern. Daher nehmen wir regelmäßig an relevanten ESG-Ratings teil (ESG = Environment, Social und Governance) und berücksichtigen ESG-Rating-Kriterien für die Steuerung und Evaluation unserer CR-Performance sowie für die damit verbundene Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Wir sehen darin nicht nur ein großes Potenzial für die Stärkung unseres verantwortungsbewussten Handelns, sondern auch für die nachhaltige Unternehmensfinanzierung. Denn eine konsequente Orientierung an ESG-Kriterien wird immer mehr zur Voraussetzung für einen Zugang zum Kapitalmarkt. Damit wird es umso wichtiger, unseren Beitrag zu nachhaltigem Wirtschaften transparent zu machen und aussagekräftige nichtfinanzielle Informationen für Investitionsentscheidungen zur Verfügung zu stellen.

Seit März 2020 ist die Telefónica Deutschland Holding AG im DAX 50 ESG Index gelistet, dem neuen Standard für börsennotierte deutsche Unternehmen, die nachweislich nach ESG-Standards agieren. Zudem ist die Telefónica, S.A. Group im Berichtsjahr vom CDP bereits zum siebten Mal in Folge für ihre weltweite Führungsrolle im Klimaschutz mit der Bestnote A ausgezeichnet worden. Der jährliche Offenlegungs- und Bewertungsprozess des CDP ist ein Richtwert für 590 Investoren mit einem Vermögen von über 110 Bio. USD.

Von unserer guten Performance und Positionierung in ESG-Ratings konnten wir im Bereich nachhaltige Unternehmensfinanzierung wiederholt profitieren. So haben wir seit 2016 mit der „Klimabank Europas“, der Europäischen Investitionsbank (EIB), zwei Darlehen in Höhe von insgesamt 900 Mio. EUR abgeschlossen, welche an den Ausbau eines energieeffizienten

4G-/5G-Mobilfunknetzes und die Einhaltung von Umweltgesetzen und -standards gebunden sind.

Als erstes deutsches Telekommunikationsunternehmen haben wir 2019 zudem einen Sustainability-Linked-Loan in Höhe von 750 Mio. EUR mit einer Laufzeit bis 2025 abgeschlossen. Bei diesem nachhaltigen Konsortialkredit ist die Zinsmarge u. a. an die Erfüllung von Kriterien in den Bereichen Umwelt- und Klimaschutz, soziales Engagement und Unternehmensführung gebunden. Maßgeblich hierfür ist ein durch Sustainalytics jährlich erstelltes, unabhängiges Nachhaltigkeitsrating, welches wir 2020 gegenüber den Vorjahren verbessern konnten.

Die folgende Übersicht zeigt die wichtigsten Nachhaltigkeitsratings und -Indizes, in denen die Telefónica Deutschland Holding AG vertreten ist.



6.0 Herleitung und Evaluierung
unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI









6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan
2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan
2025: CR-Ziele ab 2021

PERFORMANCE BEI DEN ESG-RATINGS & INDIZES	2016	2017	2018	2019	2020
	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	✓
					
	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	✓
				✓	✓
					✓

¹ Die Verwendung von Daten der MSCI ESG Research LLC oder ihrer verbundenen Unternehmen („MSCI“) durch die Telefónica Deutschland Holding AG und die Verwendung von MSCI-Logos, Markenzeichen, Dienstleistungsmarken oder Indexnamen herein stellen keine Förderung, Befürwortung, Empfehlung oder Werbung für die Telefónica Deutschland Holding AG durch MSCI dar. MSCI Services und Daten sind Eigentum von MSCI oder seinen Informationsanbietern und werden ohne Mängelgewähr bereitgestellt. MSCI-Namen und -Logos sind Marken oder Dienstleistungsmarken von MSCI.

² Die Telefónica Deutschland Holding AG hat zum 1. Februar 2021 ein ISS QualityScore Rating von „1“ in der ISS ESG Social Kategorie erhalten.

Beitrag zu den SDGs

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

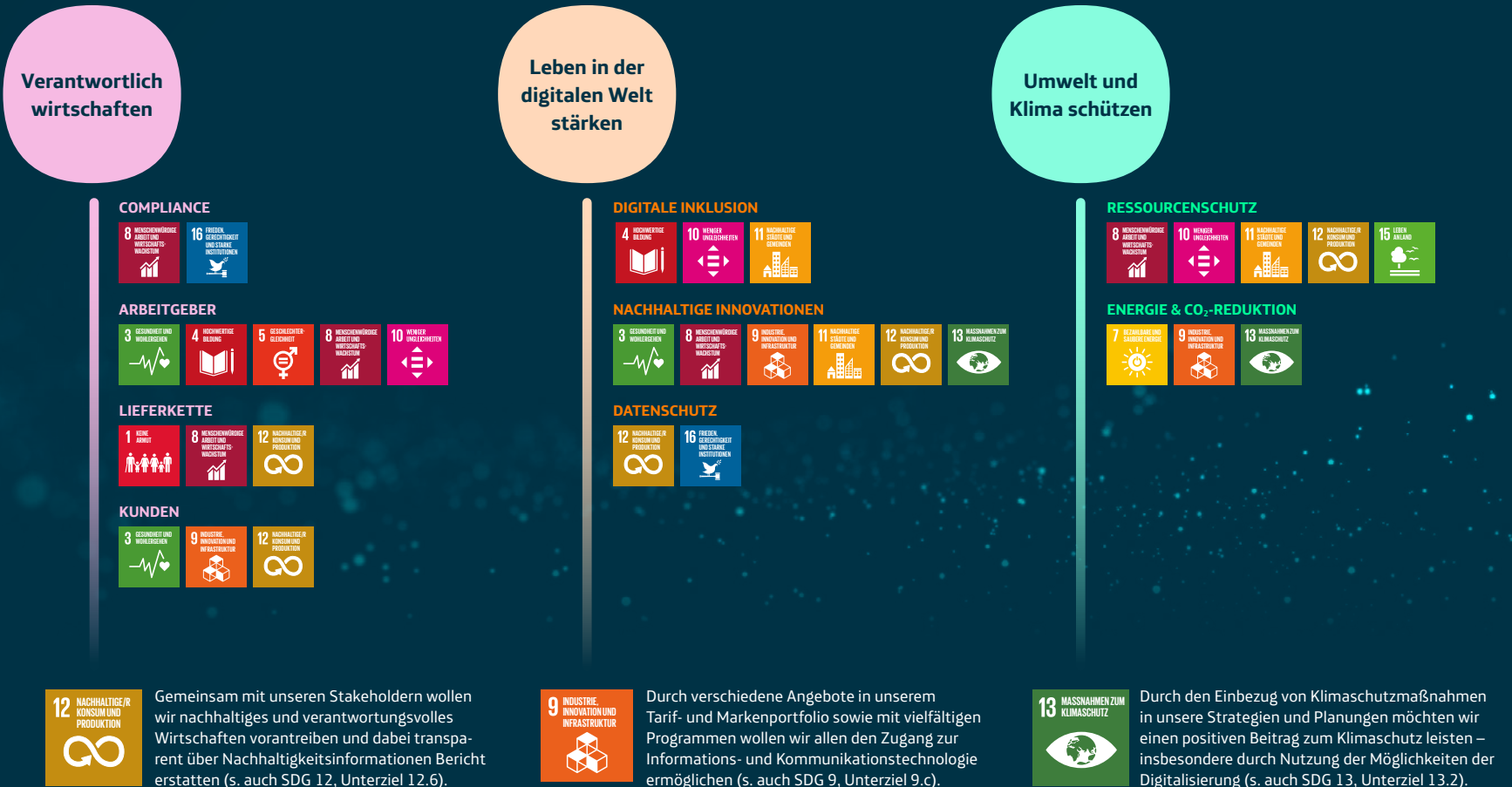
6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

Im September 2015 wurden die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen verabschiedet. Mit der Umsetzung des Responsible Business Plan 2020 unterstützt die Telefónica Deutschland Gruppe aktiv die Erreichung der SDGs im Rahmen der einzel-

nen CR-Themen. Wie wir bei jedem CR-Thema auf die einzelnen SDGs einzahlen, stellen wir auf den jeweiligen Kapiteleinstiegsseiten dar. Ergänzend haben wir auf der Ebene der in unserem Responsible Business Plan 2020 formulierten Ambitionen drei der 17 SDGs ausgewählt, die im Rahmen unserer CR-Strategie besonders im

Fokus stehen. Durch unsere Aktivitäten in diesen CR-Schwerpunktfeldern möchten wir insbesondere auf die in der untenstehenden Grafik beschriebenen Unterziele der jeweiligen SDGs einzahlen.



Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

Die Zielerreichung unserer im Responsible Business Plan 2020 formulierten Ambitionen und Commitments messen wir anhand ausgewählter Indikatoren. Nachfolgend ein Auszug aus unseren Erfolgen 2020:



LEGENDE

- ✓ übererfüllt
- ✓ voll erfüllt
- größtenteils erfüllt

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.

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.

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

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.

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020

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

ZIELERREICHUNG 2020

Das Ziel konnte zwar begonnen, aber letztlich noch nicht erreicht werden. Das mehrstufige Zertifizierungsverfahren des Compliance-Management-Systems wurde im Berichtsjahr 2020 noch nicht vollständig abgeschlossen. Die Erreichung des Ziels ist für das Jahr 2021 vorgesehen.

Wir überprüfen unsere internen und externen Prozesse zur Meldung von Compliance-Vorfällen und stellen sicher, dass sie sowohl den gesetzlichen Vorgaben als auch dem Bedarf interner und externer Stakeholder entsprechen.



Wir überprüfen regelmäßig unser internes Compliance-Schulungskonzept und passen es kontinuierlich an den betrieblichen Bedarf an. Gleichzeitig wollen wir die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sicherstellen.



Lieferkette

Commitment

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

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020

Wir passen die Einkaufsprozesse der Telefónica Global Services (TGS), der Fachabteilungen der Telefónica Deutschland Gruppe, der CR-Abteilung sowie in den Lieferantenkontakten bis Ende 2020 gemäß der Supply Chain Sustainability Policy kontinuierlich an.

ZIELERREICHUNG 2020



Wir führen die Risikoanalysen von Lieferanten im zweijährlichen Turnus fort und bauen bis Ende 2020 einen Prozess zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance der Risikolieferanten auf. Die nächste Analyse findet 2020 statt.



Arbeitgeber

Commitment

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber legen wir großen Wert auf ein faires, offenes und vertrauensvolles Miteinander und bieten unseren Mitarbeitenden ein inspirierendes Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungs- und Gestaltungsmöglichkeiten. Die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeitenden messen wir an guten bis sehr guten Ergebnissen in unseren regelmäßigen Befragungen.

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020

ZIELERREICHUNG 2020

Neben regelmäßigen Pulsbefragungen führen wir eine jährliche anonymisierte Mitarbeiterumfrage durch. Anschließend eröffnen wir im Rahmen des Action Plannings einen Dialog über die Ergebnisse der Umfrage, für den wir unseren Führungskräften entsprechende Hilfsmittel an die Hand geben.



Um unser Unternehmen in einem dynamischen Marktumfeld für langfristigen Erfolg aufzustellen, etablieren wir eine smarte, flexible und leistungsfähige Organisation. Dazu gehören folgende Punkte:

- Förderung agiler Denk- und Arbeitsweisen sowie bereichsübergreifender Zusammenarbeit und Vernetzung. Die Wirksamkeit unserer Initiativen messen wir mit unserem Agilitätsindex, den wir 2019 eingeführt haben. Als Ziel haben wir uns bis Ende 2020 beim Agilitätsindex einen Score von mindestens 60 % gesetzt.
- Förderung von neuen Führungskompetenzen, um unsere Führungskräfte in ihrer Rolle und Verantwortung zu stärken:
 - als Enabler und Vernetzer von Mitarbeitenden und Teams (z. B. durch die SLT Journey, ELT Journey im Jahr 2020).
 - als Förderer einer offenen Dialog- und zielgerichteten Lernkultur.
 - als Treiber unseres nachhaltigen Erfolgs.
- Den Erfolg messen wir mit internen Indizes.



Wir bereiten unsere Mitarbeitenden auf zukünftige Aufgaben vor und bieten ihnen attraktive interne Möglichkeiten zur Weiterentwicklung. In diesem Zusammenhang wollen wir bis Ende 2020 die Mitarbeitermobilität im Unternehmen erhöhen. Als ersten Schritt haben wir Anfang 2020 eine neue Mitarbeiter-Mobilitätsplattform eingeführt und als Ziel 60 % registrierte Mitarbeitende (PIP) gesetzt (ohne Jahresangabe).



BEYOND wurde erfolgreich im Mai 2020 gestartet. Die Anzahl der Registrierungen soll in den nächsten Jahren weiter gesteigert werden.

Wir fördern zudem eine gezielte Entwicklung von Kompetenzen und starten die Initiative BEYOND, einen KI- und datengesteuerten Ansatz einschließlich eines neuen organisatorischen Rahmens.

Diversität im Sinne vielfältiger Perspektiven, Hintergründe, Kompetenzen und Erfahrungen verstehen wir als Bereicherung und fördern dies gezielt. Um Frauen in ihrer Karriere zu fördern, wollen wir bis 2020 im Vorstand und im Senior Leadership Team (SLT) insgesamt eine Quote von 30 % erreichen.



Stand zum 31.12.2020 verzeichnen wir einen Frauenanteil von 27,8 % im Senior Leadership Team (mit Vorstand). Damit wurde das Ziel um wenige Prozentpunkte verfehlt.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden attraktive interne Möglichkeiten zur Weiterentwicklung ihrer Karriere.

Wir wollen:

- bis 2020 durchschnittlich mindestens 30 % der offenen Stellen durch interne Mitarbeitende besetzen und
- bis 2020 eine Übernahmequote von 90 % für Auszubildende und duale Studierende erreichen.



Mit einer Übernahmequote von 81 % für Auszubildende und duale Studierende wurde das Übernahmeziel von 90 % nicht erreicht.

LEGENDE CR-ZIELE

Zielerreichungsgrad 31.12.2020



LEGENDE COMMITMENT

Zielerreichungsgrad 31.12.2020



6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

ZIELSETZUNG 2020

Der Telefónica Deutschland Gruppe ist es ein besonderes Anliegen, ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten und die Gesundheit aller unserer Mitarbeitenden zu erhalten und zu fördern. Bis Ende 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, die KPIs werden mindestens jährlich erhoben.

Neben der Finalisierung und der Live-Schaltung des KPI-Dashboards sowie der Implementierung des neuen Unterweisungskonzeptes ist die Entwicklung eines speziellen Managementtrainings bis Ende 2020 geplant. Dieses hat die Wissenvermittlung zu wichtigen Fragen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes und deren Bedeutung für das Unternehmen zum Inhalt. Speziell für die dezentralisiert tätigen Shop-Mitarbeitenden ist die Entwicklung eines eigenen „feel good“-Konzeptes vorgesehen.

ZIELERREICHUNG 2020



Kunden

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.

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020

Wir verbessern bis Ende 2020 kontinuierlich unseren Kundenservice nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden. Wir setzen dabei auf die kontinuierliche Optimierung unserer Service-Angebote.

Wir investieren konsequent in unsere Netzinfrastruktur und orientieren uns dabei an dem tatsächlichen Nutzen für unsere Kunden, um ihnen so das beste Netzerlebnis anbieten zu können.

ZIELERREICHUNG 2020



Digitale Inklusion

Commitment

Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Programmen und Initiativen zur Förderung der digitalen Teilhabe geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für zehn Millionen Menschen.

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020	ZIELERREICHUNG 2020
Wir setzen diverse Aktivitäten zur Vermittlung digitaler Kompetenzen und zur Förderung der digitalen Teilhabe von Menschen unterschiedlicher Altersgruppen um. Ganzjährig sollen bundesweite Workshops und Diskussionsveranstaltungen stattfinden. Die Entwicklung neuer Aufklärungsmaterialien in Form von Broschüren und Videos soll diese Maßnahmen flankieren.	
Einen Schwerpunkt setzen wir dabei auf die Vermittlung von Kompetenzen beim Umgang mit den Herausforderungen des Internets. Dazu zählen Themen wie der Umgang mit Cybermobbing oder Hatespeech sowie die Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Die Aktivitäten werden durch die O ₂ #LOVEMOB-Kampagne begleitet.	
Wir fördern die digitale Inklusion von älteren Menschen durch Tablet-Ausleihen an Senioreneinrichtungen, Veranstaltungen für Senioren rund um digitale Technologien und die Veröffentlichung eines Leitfadens auf der Website. Wir wollen damit im ersten Halbjahr 2020 insgesamt 9.500 Senioren erreichen.	
Die optimale Betreuung unserer Kunden bei digitalen Themen ist weiterhin ein zentraler Baustein unserer Servicestrategie. Digitale und technische Themen sind in allen Bereichen verstärkt verankert, um die „Digital Education“ der Kunden weiter zu fördern. Helping-Hands-Videos und Aktivitäten im Bereich Social Media unterstützen die Kunden weiter.	
Unsere Mitarbeitenden stehen unseren Kunden bei der Nutzung komplexer digitaler Services und Produkte zur Seite, vor allem über die Kanäle Voice, Messaging und Videochat sowie unsere Helpboxen und Helping-Hands-Videos auf dem offiziellen YouTube-Kanal.	
Da digitale Themen immer mehr zum Alltag der Serviceberatung gehören, sind diese zunehmend in der O ₂ Care Hotline verankert, bei komplexeren digitalen Themen unterstützen die O ₂ Gurus. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Kunden bei ihren Anliegen mit einfach zu bedienenden Service-Apps und vielen Serviceangeboten auf unserem Portal, die weiter ausgebaut werden.	
POS-Kanäle: Shops und Partner-Shops Die Gurus und die Shop-Agents in O ₂ Shops und Partner-Shops werden geschult und angehalten, die Besucherkontakte wo immer möglich zur digitalen Inspiration zu nutzen, z. B. zur Unterstützung bei der Bedienung und persönlichen Nutzung von Smartphones und Zubehör, zur Demonstration neuer Dienste und Apps und zur Beantwortung von Anfragen zu digitalen Anwendungen mobil und zu Hause.	
Wir sind weiterhin ein aktiver Stakeholder in der politischen und öffentlichen Debatte zum Jugendmedienschutz und arbeiten dafür bis 2020 u. a. im Vorstand der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter mit.	

Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

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 Produkten und Geschäftsmodellen zu unterstützen, um so allen Gesellschaftsbereichen den Zugang zu digitalen Produkten zu ermöglichen.

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020	ZIELERREICHUNG 2020
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 Kunden eine höhere Transparenz in Bezug auf ihren Energieverbrauch gewinnen.	
Vernetzte Mobilität und Minderung der CO ₂ -Flottenemissionen bis 2020: Wir stellen Analyseapplikationen für Firmenfuhrparks zur Verbesserung der Fahrersicherheit, Reduktion des Kraftstoffverbrauchs und Senkung von Wartungskosten bereit. Zudem bieten wir Telematiklösungen, die unseren Kunden mehr Transparenz zur Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben zur durchschnittlichen CO ₂ -Flottenemission ermöglichen.	 <i>Aufgrund von Covid-19 sind viele Rolloutprojekte in der Transportbranche nicht zum Tragen gekommen, sodass die Zielzahlen nicht erreicht werden konnten.</i>
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 zu Hause bis 2020: Wir entwickeln die digitale Infrastruktur zur Vernetzung von intelligenten Haushaltsgeräten und -sensoren, die wir zusammen mit Geschäftspartnern Endkunden zur Verfügung stellen. So sollen mehr Menschen ihre Wohnungen umwelt- und kostenbewusst nutzen können.	 <i>Unser Fokus wird zukünftig nicht nur auf der Lebensqualität unserer Kunden in ihrem Zuhause liegen, sondern auch auf unterwegs zu nutzenden Anwendungen, z. B. mittelfristig bezahlbaren Tracker-Lösungen, die es ermöglichen, wertvolle Dinge im Auge zu behalten.</i>
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.	 <i>Die Anwendungsfälle stehen kurz- bis mittelfristig bereits seit 2019 nicht im Fokus, da wir uns auf günstige Lösungen für den Massenmarkt konzentrieren. Die konsumentenorientierte Plattform wird es uns ermöglichen, Schritt für Schritt weitere Sensoren und Dienste zu integrieren, perspektivisch auch zur Steigerung des Gesundheitsbewusstseins.</i>
Verringerung des Risikos betrügerischer Aktivitäten im Finanzdienstleistungssektor, wie z. B. missbräuchlicher Zugriff auf Onlinebanking-Dienste bis Ende 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.	

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, Mitarbeitenden, Partner und Investoren in allen Produkten und Prozessen und stellen eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe sicher. Wir agieren dabei einfach und transparent und tauschen uns frühzeitig mit allen relevanten Interessengruppen über Innovationen aus.

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020

ZIELERREICHUNG 2020

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



Einführung des digitalen Tools zu Datenschutzberatung und -management in 2020: Dabei testen wir erste digitale Beratungsanwendungen für unsere Mitarbeitenden zu Datenschutzthemen („Legal Tech“).

Wir passen unser internes Schulungskonzept zum Datenschutz kontinuierlich an die betrieblichen und gesetzlichen Voraussetzungen an und stellen dabei die gesetzlichen Vorgaben sicher.



2020 wird eine Awareness-Kampagne unternehmensübergreifend für alle Mitarbeitenden gestartet. Wir setzen im Jahr 2020 den Risikomanagementprozess für Datenschutzrisiken neu auf und sichern so eine priorisierte Bearbeitung sowie zielgerichtete Maßnahmenplanung.

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



Wir prüfen und testen im Jahr 2020 neue Anwendungen bzw. Möglichkeiten, Datenschutzinformationen transparenter an unsere Kunden zu kommunizieren.

Der Bereich Corporate Security fokussiert sich im Jahr 2020 auf folgenden Maßnahmen:

- fortlaufende Optimierung des bestehenden Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) im periodischen Verbesserungszyklus, orientiert am Standard ISO 27001:2013
- Optimierung der operativen Sicherheit im Rahmen des „Zero-Impact-Programms“. Ziel für 2020: Abschluss der Analysephase für die Bereiche Netzwerk (NT) und IT (ST) sowie Beginn der Analysephase mit weiteren Fachbereichen.
- Umsetzung von Security-Assessments in der Telefónica Deutschland Gruppe gemäß der abgestimmten Jahresplanung 2020



Für das Jahr 2020 geplante Prüfungen wurden größtenteils abgeschlossen. Vereinzelt wurden Priorisierungen verändert, da weitere Prüfungskandidaten in die Planung aufgenommen werden mussten.

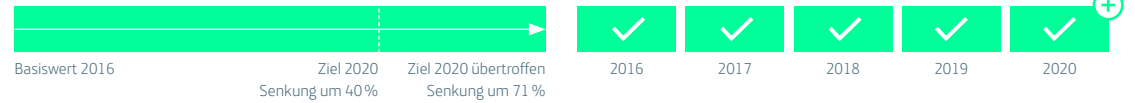
Energie & CO₂-Reduktion

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.

Status 2020 zum Commitment

Energieverbrauch pro Datenvolumen



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

ZIELSETZUNG 2020

Fortführung verschiedener Energieeffizienzmaßnahmen im Bereich Netzwerk. Die Einsparungen durch Energieeffizienz im operativen Geschäftsbetrieb (OPEX) sollen sich bis 2020 auf 15 Mio. EUR belaufen.

Wir beziehen auch weiterhin bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie 100 % Grünstrom.

Die Energieeffizienz unserer Gebäude treiben wir 2020 mit Konsolidierungsmaßnahmen sowie der Entwicklung von weiteren Maßnahmen auf der Basis energetischer Bewertungen einiger unserer großen Bürostandorte weiter voran.

Im Bereich CO₂-Management und Mobilität reduzieren wir unsere durchschnittlichen Flottenemissionen für alle 2020 neu zugelassenen Firmenfahrzeuge mittels Anreizen auf 95 g CO₂/km.

ZIELERREICHUNG 2020



Ressourcenschutz

Commitment

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

Status 2020 zum Commitment



UNSERE OPERATIONALISIERTEN CR-ZIELE UND MASSNAHMEN IM DETAIL

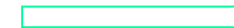
ZIELSETZUNG 2020

Wir weiten den Anteil von Online-Rechnungen bis 2020 auf ca. 91 % aus, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern.

Wir optimieren durch die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten die Trägerplastik der für uns produzierten SIM-Karten weiter.

Wir setzen durch Optimierung der Prozesse in der Lieferkette einen klimaneutralen Paket-Versand um: Beim Versand der Produkte an unsere Shops sowie an unsere Kunden nutzen wir dafür unseren Kanal „O₂ My Handy“.

ZIELERREICHUNG 2020



Die Zielzahl für die neue Trägereausführung wurde knapp verfehlt. 2020 haben wir rund 5,8 Millionen SIM-Karten in der neuen Trägereausführung an unsere Kunden und Partner ausgeliefert und unser Ziel eines Umstiegs auf dieses Format zu 97 % erreicht.



LEGENDE CR-ZIELE

Zielerreichungsgrad 31.12.2020



LEGENDE COMMITMENT

Zielerreichungsgrad 31.12.2020



Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

Im Kontext der weiterentwickelten CR-Strategie – RBP 2025 – haben wir uns folgende Ziele ab 2021 gesetzt, die wir auf unserer [Website im Detail](#) zur Verfügung stellen:

GOVERNANCE PRINCIPLES

Mission 2025: Unser Geschäft als Digitalunternehmen beruht auf den Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung, die wir in allen Geschäftsprozessen konsequent und systematisch umsetzen.

	COMMITMENT	UNSERE SCHWERPUNKTE UND CR-ZIELE IM ÜBERBLICK AB 2021
Transparenz und Dialog	Als vertrauensvoller Partner stehen wir im transparenten Dialog mit unseren relevanten Stakeholder-Gruppen.	<p>Aufrechterhaltung eines guten Dialogs mit allen relevanten Stakeholdern über Veranstaltungen und Online-Veröffentlichungen zu strategischen Themen sowie Entwicklung einer Communication Regulation Policy.</p> <p>Veröffentlichung eines nichtfinanziellen Berichts und eines Corporate-Responsibility-Reports sowie ESG-Rating-Management.</p>
Governance	Corporate Responsibility ist fest in allen Geschäftsbereichen verankert. Über den Responsible Business Plan 2025 steuern wir die Umsetzung und Zielerreichung.	<p>Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Verabschiedung eines Vergütungssystems und -berichts mit ESG-Kriterien sowie kontinuierliche Verbesserung unseres Business-Continuity-Managementsystems.</p> <p>Weitere Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in bestehende Managementsysteme sowie Stärkung der Sichtbarkeit im Unternehmen.</p>
Compliance und ethische Prinzipien	Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle anwendbaren Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertvorstellungen.	<p>Kontinuierliche Verbesserung unseres Compliance-Management-Systems sowie des internen Compliance-Schulungskonzepts, um Compliance-Risiken wirksam und präventiv entgegenzuwirken.</p> <p>Risk Assessments in Bezug auf die rechtlichen Verpflichtungen in Hinblick auf Geldwäsche und anschließende Aufsetzung eines internen Kontrollrahmens.</p> <p>Weiterentwicklung des Human-Rights-Beschwerdekanals sowie Erstellung von Richtlinien zur Stärkung der Kinderrechte und Verhinderung von Kinderarbeit.</p>
Datenschutz und Informationssicherheit	Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kunden bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können.	<p>Weitere Digitalisierung des Datenschutzmanagements mit einer entsprechenden Softwarelösung sowie Aktualisierung der Konzernstandards im Hinblick auf aktuelle und neue Herausforderungen.</p> <p>Proaktiver Austausch mit den Stakeholdern insbesondere mit den Aufsichtsbehörden sowie offene, transparente Abstimmung.</p> <p>Fortlaufende Optimierung des Informationssicherheitsmanagementsystems und Umsetzung von Security-Assessments.</p>
Lieferkettenmanagement	Wir berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien in unseren Einkaufsvorgängen und setzen uns für ökologische, soziale und insbesondere menschenrechtliche Standards in unserer Lieferkette ein.	<p>Fortlaufende Durchführung von menschenrechtlichen Risikoanalysen in bestimmten Produktgruppen (bei Bedarf) sowie Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen der Ergebnisse der menschenrechtlichen Risikoanalyse Service & Works.</p> <p>Etablierung von unternehmensweiten Prozessen und Strukturen zur Sicherstellung der Einhaltung des geplanten Sorgfaltspflichtengesetzes.</p> <p>Förderung der Standardisierung von Abstimmungen und Richtlinien im nachhaltigen Lieferkettenmanagement.</p>

UMWELT & KLIMA

Mission 2025: Wir bieten das grünste Netz für unsere Kunden.

	COMMITMENT	UNSERE SCHWERPUNKTE UND CR-ZIELE IM ÜBERBLICK AB 2021
Energie und CO₂	Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung in allen Bereichen, um Energieverbrauch zu reduzieren und CO ₂ -Ausstoß zu vermeiden.	<p>Bis spätestens 2025 erreicht die Telefónica Deutschland Gruppe Netto null CO₂-Emissionen und erhöht die Qualität des Grünstroms. Zusätzlich wird der Fuhrpark weiter elektrifiziert.</p> <p>Priorisierung der Energieeffizienz nicht nur durch die Installation eines effizienteren 5G-Netzwerks, sondern auch durch die kontinuierliche Verbesserung der bestehenden Systeme.</p> <p>Reduktion der CO₂-Emissionen entlang der Lieferkette.</p> <p>Entwicklung einer Eco-Smart-Strategie, um die persönlichen CO₂-Emissionen der Kunden durch Produkte und Dienstleistungen zu senken.</p>
Kreislaufwirtschaft	Wir richten immer mehr Aspekte unserer Geschäftstätigkeiten an Prinzipien der Kreislaufwirtschaft aus.	<p>Produktkreislauf: Gestaltung von Produkten, Logistik und Digitalisierung von Geschäftsprozessen nach den Prinzipien der Circular Economy beispielsweise zur Vermeidung von Plastikmüll sowie die Wiederverwendung von Produkten wie z. B. DSL-Routern.</p> <p>Eigene Bürostandorte und Shops: weitere Umstellung der verbrauchsbasierten Büromaterialien auf nachhaltige Produkte sowie Maßnahmen im Bereich der Endkunden-Hardware wie der Ausbau des Verkaufs von gebrauchten und nachhaltigen Smartphones.</p>

KUNDEN & GESCHÄFTSPARTNER

Mission 2025: Wir bieten unseren Kunden Produkte und Services, die einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen.

	COMMITMENT	UNSERE SCHWERPUNKTE UND CR-ZIELE IM ÜBERBLICK AB 2021
Produkt- und Serviceerlebnis	Wir bieten unseren Kunden das beste Preis-Leistungs-Verhältnis und Serviceerlebnis und ermöglichen ihnen, nachhaltiger zu leben.	<p>Steigerung der Kundenzufriedenheit durch die kontinuierliche Optimierung der Service-Kanäle.</p> <p>Stärkung des nachhaltigkeitsorientierten Produkt- und Serviceportfolios.</p> <p>Stärkung der Sichtbarkeit des Themas Nachhaltigkeit bei unseren Kunden.</p>
Netzqualität und -abdeckung	Wir bieten unseren Kunden eine moderne Netzinfrastruktur und ermöglichen ihnen einen Netzzugang überall und jederzeit.	<p>Ausbau und Roll-out des 4G- und 5G-Netztes gemäß den gesetzlichen Verpflichtungen; Abdeckung von über 30% der Haushalte mit 5G.</p> <p>Sicherstellung einer hohen Netzqualität durch Investitionen in die Netzwerkinfrastruktur, um die bestmögliche Netzerfahrung für Deutschland zu bieten.</p>
Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen	Wir tragen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei und richten digitale Innovationen nach ethischen Prinzipien aus.	<p>Förderung von nachhaltigen digitalen Geschäftsideen durch Wayra Germany. Dabei ist Corporate Responsibility/Nachhaltigkeit ein Fokus-Scouting-Thema.</p> <p>Gemeinsam mit unseren B2B-Kunden die digitalen Möglichkeiten für Nachhaltigkeit nutzen, u. a. durch Smart Devices, Beiträge zur Digitalisierung der Energiewende, vernetzte Mobilität und Möglichkeiten des neuen Mobilfunkstandards 5G.</p> <p>Nutzung unserer Prinzipien für ethische Digitalisierung beim Einsatz digitaler Werkzeuge.</p>

6.0 Herleitung und Evaluierung unserer CR-Strategie

6.1 Wesentlichkeit nach GRI

6.2 Finanzielle Klimarisiken

6.3 ESG-Ratings & Finance

6.4 Beitrag zu den SDGs

6.5 Responsible Business Plan 2020: Status 2020

6.6 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele ab 2021

MITARBEITENDE

Mission 2025: Wir wollen als attraktiver Arbeitgeber die digitale Arbeitswelt von morgen vorantreiben.

	COMMITMENT	UNSERE SCHWERPUNKTE UND CR-ZIELE IM ÜBERBLICK AB 2021
Arbeitsbefähigung für die Zukunft	Wir schaffen einen Rahmen, in dem sich Mitarbeitende und Führungskräfte mit ihren vielfältigen Fähigkeiten bestmöglich einbringen und kontinuierlich weiterentwickeln können, um ihre langfristige Beschäftigungsfähigkeit durch Zukunftskompetenzen zu stärken. Bei den sich stetig verändernden Anforderungen der digitalen Welt ist es uns zudem ein besonderes Anliegen, die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden als verantwortungsvoller Arbeitgeber zu erhalten und zu fördern.	<p>Qualifizierung und Kompetenzmanagement: u. a. Auf- und Ausbau digitaler und datenzentrierter Kompetenzen, Verankerung von Mobilität und Agilität im Unternehmen.</p> <p>Führung in der neuen Arbeitswelt: Führungsentwicklung und -erneuerung, insbesondere vor dem Hintergrund digitaler bzw. hybrider Arbeitsmodelle.</p> <p>Gesundheitsmanagement: Ein sicheres Arbeitsumfeld bieten und die Gesundheit aller unserer Mitarbeitenden erhalten und fördern durch ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement zur Umsetzung der Ziele und Grundsätze unserer Gesundheitspolitik.</p>
Gestaltung des Arbeitsumfelds	Wir setzen auf ein faires Miteinander, Chancengleichheit und partnerschaftliche Zusammenarbeit, um die Arbeitswelt von morgen gemeinsam zu gestalten. Unsere Vielfalt sehen wir als Stärke und unterstützen mit neuen Arbeitsweisen das Engagement unserer Mitarbeitenden sowie die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle.	<p>Gestaltung der Arbeitswelt von morgen: Konsequente Umsetzung der „5 Bold Moves“ mit dem Ziel, Produktivität durch ein hybrides Arbeitsmodell sicherzustellen, Mitarbeiterengagement und -bindung durch mehr Flexibilität zu stärken und Diversität durch digitale Zusammenarbeit und damit bessere Vereinbarkeit mit unterschiedlichen Lebensmodellen zu fördern.</p> <p>Nutzung des vollen Potenzials aller Beschäftigten: Stärkung von Engagement und Nutzung des diversen, individuellen Leistungspotenzials über alle Geschlechter und Generationen hinweg.</p> <p>Verantwortungsvoller Umgang mit der Transformation: Schaffen eines Umfelds als verantwortungsvoller Arbeitgeber, in dem Mitarbeitende ihre langfristige Beschäftigungsfähigkeit stärken, ihr Wohlbefinden erhalten und die Chancen der Digitalisierung auch für sich nutzen können.</p>

GESELLSCHAFT

Mission 2025: Wir ermöglichen Teilhabe an der digitalisierten Welt, indem wir Zugang und Kompetenzen vermitteln.

	COMMITMENT	UNSERE SCHWERPUNKTE UND CR-ZIELE IM ÜBERBLICK AB 2021
Digitale Inklusion	Durch spezielle Angebote ermöglichen wir allen Menschen Zugang zur digitalen Welt.	Wir ermöglichen ausländischen Mitbürgern und Touristen einen erleichterten Zugang zur mobilen Kommunikation in Deutschland. Hierfür erweitern wir kontinuierlich die digitalen Zugangskanäle und stellen vereinfachte und 24/7 verfügbare digitale Zahlungsmethoden zur Verfügung.
Digitale Kompetenz	Wir machen Menschen fit für die digitale Welt.	<p>Die optimale Betreuung unserer Kunden bei digitalen Themen ist auch weiterhin ein zentraler Baustein unserer Servicestrategie. Unsere rundum geschulten Mitarbeitenden unterstützen in Zusammenarbeit mit unseren digitalen Assistenten unsere Kunden bei allen Neuerungen und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Nutzung digitaler Services und digitaler Produkte.</p> <p>Maßnahmen im Rahmen unserer Anti-Cybermobbing-Initiative „WAKE UP!“ unter anderem über den Ausbau einer Online-Beratungsplattform und Schülerworkshops.</p> <p>Maßnahmen im Rahmen unserer Initiative „Digital mobil im Alter“ durch einen Ausbau des bestehenden Angebots mit Diskussionsveranstaltungen und digitalen Ratgebern.</p>

Daten und Fakten



1.0 Digitalisierung gestalten

2.0 Corporate Responsibility
managen

3.0 Verantwortlich
wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen
Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima
schützen

6.0 Herleitung und Evaluierung
der CR-Strategie

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index und
Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum



Auf Platz

3

der nachhaltigsten
Unternehmen
Deutschlands¹

¹ www.stern.de/wirtschaft/news/stern-siegel--die-200-nachhaltigsten-unternehmen-deutschlands-9514568.html

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI 201-1; 204-1; 102-48

Unsere Kennzahlen

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

Geschäftsjahre 2017, 2018, 2019 und 2020. Zur besseren Übersichtlichkeit sind die Kennzahlen unterschiedlichen Themenbereichen zugeordnet. Die Werte in der Kennzahlentabelle sind auf- bzw. abgerundet.

Aufgrund dieser Rundungen ist es möglich, dass sich in einigen Zeilen der Tabellen die gerundeten Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

ÖKONOMISCHE KENNZAHLEN	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Umsatzerlöse	Mio. EUR	7.296	7.320	7.458	7.532
Zahlungen an Mitarbeitende – Personalaufwendungen ¹	Mio. EUR	642	610	592	611
Standorte mit Zertifikaten Qualität (DIN EN ISO 9001), Umwelt (DIN EN ISO 14001), Energie (DIN EN ISO 50001)	%	100	100	100	100
Kunden: Gesamtzahl Anschlüsse	In Tausend	47.604	47.089	48.258	48.805
Kunden: Mobilfunkanschlüsse	In Tausend	43.155	42.819	43.827	44.275
Mobilfunkstandorte gesamt ²	Anzahl gerundet	32.000	38.000	34.000	31.000

LIEFERKETTE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Die Angaben umfassen hier und im Bericht Volumen und Anzahl der Auftragsvergaben durch die Telefónica Deutschland Gruppe, 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. Berücksichtigt werden aktuell ACM-Daten (ACM ist ein Einkaufstool, darin werden die Einkaufsprozesse verwaltet).					
Einkaufsvolumen	Mio. EUR	3.334	3.840	3.314	4.123
davon: Volumen bei Lieferanten in Deutschland	Mio. EUR	2.249	2.383	2.171	2.221
Lieferanten	Anzahl	888	863	723	820
davon: Lieferanten in Deutschland	Anzahl	617	596	574	622
Anteil inländischer Lieferanten	%	69	69	79	76
Anteil am Volumen inländischer Lieferanten	%	67	62	66	54
Anzahl von Lieferantenbewertungen im Rahmen des SuMa-Prozesses	Anzahl	56	48	44	54

¹ Die Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter, soziale Sicherheit, Altersversorgung sowie Restrukturierungsaufwendungen.

² Die Anzahl der Standorte beinhaltet nur Standorte ohne Richtfunkanbindung (Rfu-Repeater), BSC-(Base Station Controller)-/RNC-(Radio Network Controller)-Standorte.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index und Global-Compact- Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI 102-9; 205-2; 406-1; 412-2;
415-1; 417-3

UNGC-Prinzip 6, 10

LIEFERKETTE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Potenziell identifizierte Hochrisikolieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeit	Anzahl	128	116	69	98
Lieferanten, die bei EcoVadis nach Nachhaltigkeitsaspekten im Berichtsjahr bewertet wurden	Anzahl	n. a.	47	38	71
Anteil der Hochrisikolieferanten, die sich einer externen Nachhaltigkeitsbewertung unterzogen haben (EcoVadis)	%	n. a.	7	10	26

COMPLIANCE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Anteil der Mitarbeitenden und Direktoren, die zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult wurden ³	%	78,5	78,0	96,8	95,8
Vorfälle zu Diskriminierung, Verletzung der Geschäftsgrundsätze, Ermittlungen gegen die Telefónica Deutschland Gruppe aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	Anzahl	0	1	0	0
Begründete Einwände gegen Werbeverhalten	Anzahl	5	13	9	4
Zuwendungen an politische Parteien	EUR	0	0	0	0

GESELLSCHAFT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Spenden an gemeinnützige Projekte ⁴	EUR	426.934	240.093	175.500	111.842
Teilnehmer am Corporate-Volunteering-Programm (Mitarbeitende)	Anzahl	290	184	859	2.360
Zeitspenden ⁵	EUR	69.600	49.920	55.440	16.560
Teilnehmer an „Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren“ ⁶	Anzahl (gerundet)	2.800	4.500	32.000	47.000
Anzahl der durch die Hotline-Gurus informierten und inspirierten Menschen ⁷	Anzahl	352.943	523.057	487.269	492.726
Kontaktierte Video-Gurus ⁸	Klicks in Mio. (gerundet)	1,2	0,8	1,1	3,0

³ Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeitende in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 7.717, Vj. 7.885). In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten drei Jahre ein. Für das Jahr 2020 bedeutet dies 7.390 absolvierte Trainings vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2020.

⁴ Die Angaben enthalten nicht den monetären Wert der Zeitspenden in Höhe von 16.560 EUR (Vj. 55.440 EUR).

⁵ Das von Mitarbeitenden geleistete ehrenamtliche Engagement im Rahmen der „Sozialen Tage“ multipliziert mit acht Stunden pro sozialem Tag und mit einem 30-EUR-Stundensatz ergibt die Angabe in EUR. Im Jahr 2020 verzeichneten wir 69 soziale Tage im System, die in die Berechnung der Zeitspenden einfließen. Die Mehrheit der 2.360 Volunteers wurden nicht unter Zeitspenden verrechnet, da das Engagement während der regulären Arbeitszeit stattfand.

⁶ Die Angabe setzt sich seit 2020 zusammen aus der Gesamtsumme der Website-Besucher, der Downloads der Handreichungen und Leitfäden, der Besucher von Live- und Onlineveranstaltungen sowie einer Quote von 50% der Gesamtsummen der Podcast-aufrufe und Views der Erklärvideos. Bei der Summe der Tablet-Ausleihen wurden zzgl. der 424 getätigten Ausleihen an Einzelpersonen ca. 50% der Geräte zusätzlich von einer weiteren Person mitgenutzt.

⁷ Die Anzahl der kontaktierten Menschen setzt sich aus den Calls in der Guru-Hotline und den Calls mit digitalen Themen auf anderen (digitalen) Kanälen zusammen. Durch die Neuausrichtung und Digitalisierung der Services werden auch auf anderen Hotlines digitale Themen behandelt.

⁸ Von den 3,0 Mio. waren 47.270 persönliche Kontakte mit den Video-Gurus (z. B. persönliche Beratung im Videochat).

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI 102-8; 102-41; 405-1

UNGC-Prinzip 3

MITARBEITENDE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Gesamtbelegschaft (PIP) zum Stichtag 31. Dezember ⁹ Die Summe der Mitarbeitenden (Kopfzahl) basiert auf aktiven und inaktiven Festangestellten und Aushilfen (inkl. Werkstudenten) unabhängig von der Befristung. TGS/TGR, Holding, Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden sind exkludiert. Eine regionale Aufstellung ist bei den Mitarbeiterkennzahlen nicht notwendig, da Mitarbeitende der Telefónica Deutschland Gruppe nur in Deutschland beschäftigt sind.	Anzahl People in place (PIP)	9.281	8.868	8.443	8.196
Gesamtbelegschaft (FTE) ¹⁰	Anzahl Vollzeitäquivalent (FTE)	8.697	8.295	7.823	7.610
Teilzeitangestellte ¹⁰	Anzahl People in place (PIP)	1.833	1.833	1.972	1.857
Teilzeitangestellte Frauen	Anzahl People in place (PIP)	1.365	1.367	1.391	1.344
Teilzeitangestellte Männer	Anzahl People in place (PIP)	468	466	581	513
Vollzeitangestellte ¹⁰	Anzahl People in place (PIP)	7.437	7.023	6.459	6.325
Vollzeitangestellte Frauen	Anzahl People in place (PIP)	2.411	2.195	1.987	1.877
Vollzeitangestellte Männer	Anzahl People in place (PIP)	5.026	4.828	4.472	4.448
Festangestellte, unbefristet ¹⁰	Anzahl People in place (PIP)	8.174	7.834	7.595	7.448
Festangestellte, unbefristet Frauen	Anzahl People in place (PIP)	3.299	3.114	3.040	2.935
Festangestellte, unbefristet Männer	Anzahl People in place (PIP)	4.875	4.720	4.555	4.513
Angestellte, befristet ¹⁰	Anzahl People in place (PIP)	1.096	1.022	836	734
Angestellte, befristet Frauen	Anzahl People in place (PIP)	477	448	338	286
Angestellte, befristet Männer	Anzahl People in place (PIP)	619	574	498	448
Arbeitnehmer, für die Kollektivvereinbarungen gelten ¹⁰	Anzahl	7.502	7.588	7.284	7.042
Anteil der Arbeitnehmer an der Gesamtbelegschaft, für die Kollektivvereinbarungen gelten ¹⁰	%	ca. 81	85,7	86,4	86,1
Mitarbeitende mit Behinderung ¹⁰	Anzahl	283	288	295	307
Auszubildende und dual Studierende ^{10,11}	Anzahl	82	72	101	117

⁹ Gesamtbelegschaft inkl. 50 % der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

¹⁰ Gesamtbelegschaft exkl. 50 % der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

¹¹ Im vergangenen Jahr nahmen wir 17 Auszubildende im kaufmännischen und technischen Bereich bei uns auf. Die Übernahmequote derjenigen, die ihre Ausbildung 2020 abgeschlossen haben, lag bei 81 %.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI 102-8; 401-1; 401-3; 405-1;
405-2

UNGC-Prinzip 6

MITARBEITENDE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Nationalitäten der Mitarbeitenden ¹⁰	Anzahl	76	74	78	75
Frauen in der Belegschaft ¹⁰	Anzahl	3.776	3.562	3.378	3.221
Anteil Frauen in der Belegschaft ¹⁰	%	40,7	40,2	40,1	39,4
Gesamtzahl Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand) ¹⁰	Anzahl	53	55	56	54
Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand) ¹⁰	Anzahl	8	12	13	15
Anteil Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand) ¹⁰	%	15,0	21,8	23,2	27,8
Gesamtzahl Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (ohne Vorstand) ¹⁰	Anzahl	45	47	49	47
Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (ohne Vorstand) ¹⁰	Anzahl	6	10	11	13
Anteil Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (ohne Vorstand) ¹⁰	%	13,3	21,3	22,4	27,7
Weibliche Mitglieder im Vorstand	Anzahl	2	2	2	2
Anteil weiblicher Mitglieder im Vorstand	%	25,0	25,0	28,6	28,6
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) ¹⁰	%	76	77	78	79
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Senior Management: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer ¹⁰	%	104	100	102	91
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Mittleren Management: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer ¹⁰	%	80	83	84	85
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Rest der Belegschaft: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer ¹⁰	%	80	80	81	82
Durchschnittsalter der Mitarbeitenden ¹⁰ Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 51	Jahre	39,7	40,1	40,9	41,7
Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit	Jahre	8,7	9,4	10,2	10,9
Gesamtausgaben für Schulungen und Weiterbildung der Mitarbeitenden	Mio. EUR	6,3	7,6	8,1	8,1
Mitarbeiterfluktuation ¹⁰ Grundlage ist die Anzahl der Austritte im Zeitraum 31. Dezember 2019 bis 30. Dezember 2020/Mittelwert der PIP der fünf Stichtage 31. Dezember 2019, 31. März 2020, 30. Juni 2020, 30. August 2020, 31. Dezember 2020. Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 51	Anzahl (%)	1.633 (17,4)	1.273 (14,1)	1.208 (14,0)	917 (11,1)
Neu eingestellte Mitarbeitende ¹⁰ Grundlage ist jeweils die Anzahl der Eintritte im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres. Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 51	Anzahl (%)	1.405 (21,5)	857 (9,5)	768 (9,0)	652 (7,9)
Freiwillige Austritte (Voluntary Rotation Index) ^{10,12}	%	9,7	9,6	9,6	7,5
Mitarbeitende, die Elternzeit in Anspruch genommen haben ¹⁰ 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 Mitarbeitende betrachtet.	Anzahl	685 (488 Frauen, 197 Männer)	663 (472 Frauen, 191 Männer)	578 (393 Frauen, 185 Männer)	535 (368 Frauen, 167 Männer)

¹⁰ Gesamtbelegschaft exkl. 50% der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

¹² Im Berichtsjahr hat sich die Definition von freiwilligen Austritten geändert. Neben Arbeitnehmerkündigung gelten nun auch bspw. Befristungsende, (vorzeitiger) Ruhestand, Tod des Mitarbeitenden als freiwillige Austritte. Die Zahlen für 2017 bis 2019 wurden entsprechend angepasst.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

MITARBEITENDE	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Mitarbeitende, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten ¹⁰	Anzahl	350 (184 Frauen, 166 Männer)	372 (205 Frauen, 167 Männer)	325 (158 Frauen, 167 Männer)	296 (148 Frauen, 148 Männer)
Rückkehrrate an den Arbeitsplatz von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen ¹⁰	%	92 (89% Frauen, 95% Männer)	97 (94% Frauen, 100% Männer)	93 (88% Frauen, 99% Männer)	97 (95% Frauen, 99% Männer)
Mitarbeitende, die an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren ¹⁰ Es wurden diejenigen Mitarbeiter berücksichtigt, die im Vorjahr aus der Elternzeit zurückgekehrt sind und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr noch im Unternehmen beschäftigt sind.	Anzahl	355 (171 Frauen, 184 Männer)	320 (165 Frauen, 155 Männer)	312 (161 Frauen, 151 Männer)	291 (141 Frauen, 150 Männer)
Verbleibsrate von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen ¹⁰	%	92 (88% Frauen, 95% Männer)	81 (77% Frauen, 87% Männer)	83 (78% Frauen, 90% Männer)	88 (86% Frauen, 90% Männer)

GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Abwesenheitsrate (Anzahl der Fehltage aufgrund von Arbeitsunfällen sowie sonstigen Krankheiten / Gesamtzahl der Arbeitstage pro Jahr) x 100	%	5,7 (7,4% Frauen, 4,7% Männer)	7,2 (8,9% Frauen, 6,0% Männer)	6,9 (8,5% Frauen, 5,8% Männer)	5,9 (7,4% Frauen, 5,0% Männer)
Gemeldete Fehltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit	Anzahl	125.570 (62.464 Frauen, 63.106 Männer)	161.745 (80.895 Frauen, 80.850 Männer)	147.215 (73.025 Frauen, 74.190 Männer)	122.589 (60.782 Frauen, 61.807 Männer)
Unfallrate ¹³ (Anzahl der Arbeitsunfälle / Gesamtzahl der Arbeitsstunden pro Jahr) x 200.000	Rate	0,83 (0,74 Frauen, 0,89 Männer)	0,59 (0,61 Frauen, 0,58 Männer)	1,03 (0,99 Frauen, 1,05 Männer)	0,80 (0,90 Frauen, 0,70 Männer)
Arbeitsunfälle, die in Fehltagen resultierten ¹³	Anzahl	73 (25 Frauen, 48 Männer)	53 (22 Frauen, 31 Männer)	88 (34 Frauen, 54 Männer)	62 (28 Frauen, 34 Männer)
Ausfalltagequote aufgrund von Arbeitsunfällen ¹⁴ (Fehltage aufgrund von Arbeitsunfällen / Gesamtzahl der Arbeitsstunden pro Jahr) x 200.000	Rate	9,56 (5,24 Frauen, 12,28 Männer)	9,06 (10,03 Frauen, 8,40 Männer)	20,20 (19,20 Frauen, 20,80 Männer)	11,40 (11,70 Frauen, 11,30 Männer)
Gemeldete Fehltage aufgrund von Arbeitsunfällen ¹⁴	Anzahl	840 (178 Frauen, 662 Männer)	813 (363 Frauen, 450 Männer)	1733 (661 Frauen, 1072 Männer)	945 (382 Frauen, 563 Männer)
Anzahl an Berufskrankheiten	Anzahl	0	0	0	0

¹⁰ Gesamtbelegschaft exkl. 50% der Mitarbeitenden aus Tchibo-Joint-Venture.

¹³ Die Methodik der Ermittlung der Arbeitsunfälle hat sich im Berichtsjahr 2019 geändert, daher sind die Arbeitsunfälle nicht direkt mit den Vorjahreswerten 2017 und 2018 vergleichbar.

¹⁴ Die Berechnungsmethodik der Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen wurde 2019 geändert, dadurch sind die Werte nicht direkt mit den Vorjahreswerten 2017 und 2018 vergleichbar.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI 302-1; 302-3; 305-1; 403-3;
403-5; 403-9; 403-10

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

GESUNDHEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Anzahl der arbeitsbedingten Todesfälle aufgrund eines Arbeitsunfalls oder einer Berufskrankheit (basierend auf lokalen Gesetzen, Vorschriften und Standards)	Anzahl	0	0	0	0
Gremien „Arbeitssicherheit und Gesundheit“ (Arbeitssicherheitsausschusssitzungen (ASAs) und Gesundheitsforen) ¹⁵	Anzahl	62	21	22	19
Trainingsstunden Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Anzahl	4.505	10.025	11.353	9.077
Durchgeführte medizinische Untersuchungen	Anzahl	538	538	477	173

UMWELT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
ENERGIE UND CO₂-EMISSIONEN					
Energieverbrauch gesamt Detaillierte Aufstellung auf S. 107	GWh	791	778	727	736
Stromverbrauch gesamt Der Stromverbrauch ergibt sich aus den tatsächlich abgerechneten und teilweise prognostizierten Verbrauchsmengen je Stromabnahmestelle.	GWh	752	746	696	710
davon Netzwerk und Rechenzentrum ¹⁶	GWh	722	715	668	686
davon Büros, Shops, Call-Center	GWh	30	31	28	24
Kraftstoffverbrauch gesamt Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst die per Direktvertrag zwischen den Versorgern und der Telefónica Deutschland Gruppe belieferten Einheiten.	GWh	39	32	31	26
Energieintensität – Energieverbrauch pro Datenvolumen Die Energieintensität ergibt sich aus dem Energieverbrauch geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.	GWh/PB	0,25	0,22	0,17	0,12
Energie aus erneuerbaren Energiequellen ¹⁷	GWh	536	610	584	679
Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energien ¹⁷	%	71	82	84	96
Grünstromanteil bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie	%	100	100	100	100
CO ₂ -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) – marktbasierter Methode ¹⁹ , (standortbasierter Methode) ²⁰ Die Berechnung der CO ₂ -Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 140064, Greenhouse Gas Protocol und ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO ₂ -Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt.	t CO ₂ eq ¹⁸	180.614 (420.412)	114.509 (378.890)	93.470 (342.524)	26.720 (292.214)
Direkte Emissionen (Scope 1) mit Kältemittel-Emissionen	t CO ₂ eq	16.220	6.889	7.000	5.623

¹⁵ Die hohe Anzahl der ASAs 2017 begründet sich durch eine geänderte Zählweise in 2017, es wurden alle Sitzungen auf Ebene der lokalen Betriebsratsregionen gezählt. Ab 2018 wurden nur die Anzahl der Gremien gezählt.

¹⁶ 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. Perspektivisch lösen tatsächlich gemessene Werte durch Smart Meter die hier statistisch erhobenen Werte ab.

¹⁷ Energie aus erneuerbaren Energiequellen besteht aus dem Direktbezug und dem mit Herkunftsnachweisen zertifizierten Strombezug. Die Berechnung der Energie aus erneuerbaren Energiequellen beinhaltet seit 2020 neben der durch die Telefónica Deutschland Gruppe bezogenen Grünstrommenge auch den Grünstrom aus gemeinsam mit anderen Unternehmen genutzter Netz- und IT-Infrastruktur.

¹⁸ CO₂eq = CO₂, CH₄ und N₂O.

¹⁹ Für die marktbasierter Methode werden 609,37 g CO₂ pro kWh im Berichtsjahr 2020 genutzt (Quelle: 2019 European Residual Mix).

²⁰ Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO₂-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt, unabhängig davon, dass ein Anteil von 96 % (Vj. 84 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde.

Die Telefónica Deutschland Gruppe nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (Entwicklung der spezifischen Kohlendioxid-Emissionen des deutschen Strommixes in den Jahren 1990–2019) und damit 401 g CO₂ pro kWh aus dem Jahr 2019 für die Berechnungsgrundlage nach standortbasierter Methode im Berichtsjahr 2020.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI 301-3; 305-2; 305-3; 305-4

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

UMWELT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
Indirekte Emissionen (Scope 2) (marktbasierter Methode)	t CO ₂ eq	157.505	101.559	81.513	20.201
Indirekte Emissionen (Scope 2) (standortbasierter Methode)	t CO ₂ eq	397.303	365.940	330.567	285.695
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) ²¹ Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen).	t CO ₂ eq	6.889	6.061	4.957	896
Vermiedene Emissionen durch den Verbrauch erneuerbarer Energien	t CO ₂ eq	282.354	298.290	276.974	272.106
THG-Intensität ²² Die Treibhausgas-Intensität ergibt sich aus den CO ₂ -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.	t CO ₂ eq/PB	130,9	108,0	79,2	47,1
Standorte, die mit anderen Netzbetreibern geteilt werden	Anzahl	6.719	6.260	3.219	7.064
Überprüfung elektromagnetischer Felder zur Sicherstellung der Grenzwerteinhaltung	Anzahl	4.314	4.142	4.485	6.456
Investitionen und Ausgaben für die Messung elektromagnetischer Felder ²³	EUR	4.323.649	2.025.000	648.458	845.888
WASSER					
Wasserverbrauch Die Daten des Wasserverbrauchs beruhen teilweise auf Hochrechnungen.	m ³	87.156	77.685	64.730	61.632
MATERIALVERBRAUCH					
Papierverbrauch gesamt	t	562,6	554,9	514,7	313,7
Papierverbrauch (Büros, Shops, Call-Center) 100 % Recyclingpapier „Blauer Engel“	t	99,6	75,9	72,7	50,7
Papierverbrauch im Kundenkontakt (für Briefe, Umschläge, Rechnungen) ²⁴	t	463,0	479,0	442,0	263,0
ABFALLMANAGEMENT					
Abfall gesamt Dieser Abfall berechnet sich als Summe der unten genannten Abfallarten.	t	1.761,9	3.440,0	1.829,0	1.657,5
Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (z. B. Antennen, veraltete Hardware, Router)	t	403,0	173,9	119,7	88,3
davon Abfall von Elektronik und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (recycelt)	t	29,8	7,6	5,7	9,9
davon Mobiltelefone von Kunden	t	9,4	7,4	11,2	11,0

²¹ Die Emissionen je km für Flug- und Bahnreisen (Scope 3) für die Jahre 2017 bis 2020 wurden mit gruppenweit angewendeten Emissionsfaktoren berechnet (Quelle: UK Government conversion factors). Die Werte für 2017 und 2018 wurden rückwirkend angepasst und um die Bahnreisen erweitert. Sie weichen daher von den berichteten Werten im CR-Bericht 2017 und im CR-Bericht 2018 ab.

²² Die Berechnung der indirekten Emissionen (Scope 3) wurde 2019 angepasst. Daher weichen die THG-Intensitätswerte von den im CR-Bericht 2017 und CR-Bericht 2018 berichteten Werten ab.

²³ Die Zahlen für 2017 bis 2019 beruhen teils auf Abschätzungen.

²⁴ Wert wurde von externen Dienstleistern als Schätzwert erhoben.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI 301-3

UNGC-Prinzip 7, 8, 9

UMWELT	EINHEIT	2017	2018	2019	2020
a) Recycelte Mobiltelefone von Kunden	t	8,1	6,8	11,0	10,4
b) Mobiltelefone von Kunden, die zur Wiederaufarbeitung gesendet wurden	t	1,3	0,6	0,2	0,6
davon Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten von Kunden ohne Mobiltelefone (100 % Recycling/Re-Use)	t	363,8	158,9	102,8	67,4
Abfall oder Schrott von nichtelektrischen/nichtelektronischen Geräten	t	1.875,0	3.266,1	1.709,2	1.569,2
davon Papier- und Kartonabfälle (100 % recycelt) ²⁵	t	119,4	446,0	305,0	212,2
davon Kabel, Rohre und Metalle (100 % recycelt) ²⁶	t	1.681,4	2.710,2	1.322,1	1.262,1
davon Batterien (100 % recycelt)	t	74,2	109,9	82,1	94,9
Anzahl der eingesammelten Althandys ²⁷ Für die eingesammelten Althandys im Rahmen des Handyrecyclingprogramms zahlt die Telefónica Deutschland Gruppe einen Beitrag an den NABU e. V. für Naturschutzprojekte.	Anzahl	80.159	96.442	83.057	110.151
Eco-Index-geprüfte Mobiltelefone Anzahl aller Geräte im aktuellen Smartphone- und Feature-Phone-Portfolio (keine Händler) der Telefónica Deutschland Gruppe, die mit dem Eco Index gekennzeichnet sind.	%	95,4	92,3	95,2	97,2

²⁵ Da papierhaltige Abfälle bei der Abholung nicht gewogen, sondern nur Volumen und Anzahl der Abfallbehälter erfasst werden, erfolgt seit 2017 eine konservativere Schätzung der Recyclingmenge.

²⁶ Über vertragliche Vereinbarungen mit Entsorgern geregelt.

²⁷ Die Anzahl der eingesammelten Geräte umfasst die Handys, die dem Recyclingprozess zugeführt werden und die im Re-Use-Prozess wiederaufbereitet werden.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

Relevante Preise und Auszeichnungen 2020

Wertvollstes Unternehmen der Telekommunikationsbranche

Die Telefónica Deutschland Gruppe ging als Branchensieger aus der Studie „Deutschlands wertvollste Unternehmen“ des Jahres 2020 hervor. Untersucht wurde, was die Firmen in Deutschland in Sachen Nachhaltigkeit tun, wie sie darüber berichten und wie tief das Thema in der Unternehmens-DNA verwurzelt ist. Durchgeführt wurde das Ranking von DEUTSCHLAND TEST gemeinsam mit dem Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) und mit wissenschaftlicher Begleitung des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstituts (HWWI).¹

Auf Platz 3 der nachhaltigsten Unternehmen Deutschlands

In einer umfangreichen Studie des Magazins *stern* und des Marktforschungsunternehmens Statista zu *Deutschlands nachhaltigsten Unternehmen* konnte die Telefónica Deutschland Gruppe den 3. Platz erreichen. Für die Studie wurden die aktuellen Nachhaltigkeits- bzw. Geschäftsberichte von mehr als 2.000 Unternehmen analysiert und 13.000 Bürger zur ihrer Nachhaltigkeitswahrnehmung der Firmen befragt.²

Nominierung für den CSR-Preis der Bundesregierung

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist als einziges Telekommunikationsunternehmen für den Corporate-Social-Responsibility-Preis der Bundesregierung 2020, kurz CSR-Preis, in der Sonderpreiskategorie „CSR und Digitalisierung“ nominiert worden. Die Unternehmen

waren aufgefordert, in einer Managementbefragung darzulegen, wie verantwortungsvolles Wirtschaften effizient gelingen kann. Der Fokus lag dabei auf den fünf Aktionsfeldern „Unternehmensführung“, „Markt“, „Arbeitsplatz“, „Umwelt“ und „Gemeinwesen“.³

Für Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert

Beim 13. Deutschen Nachhaltigkeitspreis wurde die Telefónica Deutschland Gruppe als einer der Spitzenreiter im Transformationsfeld Digitalisierung nominiert. Damit zählen wir zu denjenigen Unternehmen, die nach dem Urteil der Experten-Jury in vorbildlicher Weise Transformation umsetzen und als wirtschaftliche Chance nutzen. Mit fünf Wettbewerben, über 800 Bewerbern und 2.000 Gästen zur Abschlussveranstaltung ist der Deutsche Nachhaltigkeitspreis die größte Auszeichnung ihrer Art in Europa.⁴

PR-Award für O₂ Kampagne #LOVEMOB gegen Cybermobbing

Beim Wettbewerb „PR KLAPPE“ des Deutschen Marketing Verbands wurde O₂ im Jahr 2020 für die Anti-Cybermobbing-Kampagne #LOVEMOB in der Kategorie „Influencer Content“ mit einem Award in Bronze ausgezeichnet. Mit #LOVEMOB haben wir uns gemeinsam mit Prominenten für mehr Zivilcourage in der digitalen Welt und gegen die Verbreitung von Hass im Netz eingesetzt.⁵

Kategorie
**Nachhaltigkeit und
Corporate Social
Responsibility**



¹ www.deutschlandtest.de/de/wp-content/uploads/DT-Nachhaltigkeit-2021.pdf

² www.stern.de/wirtschaft/news/stern-siegel--die-200-nachhaltigsten-unternehmen-deutschlands-9514568.html

³ www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Preis/Ueber-den-Wettbewerb/Nominierte-2020/Sonderpreis-CSR-und-Digitalisierung/telefonica-deutschland-holding-ag.html

⁴ www.nachhaltigkeitspreis.de/unternehmen/nominierte-ohne-finalisten/

⁵ www.dieklappe.de/die-preisverleihung/die-pr-klappe-preistraeger-2020/#.Bronze

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

**O₂ Kundenservice gewinnt
„German Stevie Award“ in Gold**

Das Team „People Transformation & Transition“ aus dem Bereich Customer Service & Sales (CSS) ist mit dem Wirtschaftspreis „German Stevie Award“ in Gold in der Kategorie „Kundenservice-Abteilung des Jahres“ ausgezeichnet worden. Damit wurde insbesondere die Umsetzung der breit angelegten Kundenzufriedenheitsoffensive von O₂ gewürdigt, die bereits zu sehr guten Resultaten bei zahlreichen unabhängigen Tests zum Kundenservice geführt hat.¹

„Digital Champion“ bei FOCUS-MONEY

Das Wirtschaftsmagazin *FOCUS-MONEY* hat die Telefónica Deutschland Gruppe in einer Studie als Branchensieger im Bereich Telekommunikation mit dem Siegel „Digital Champion“ ausgezeichnet. Dabei handelt es sich laut *FOCUS-MONEY* um Unternehmen, die die Herausforderungen der Digitalisierung aktiv annehmen und mit eigenen Antworten und Lösungen reagieren. Besonders positiv bewertet wurde der erfolgreiche Omnichannel-Vertriebsansatz.²

Testsieg für die „Mein O₂“-App

Die Fachzeitschrift *connect* prüft die Kundenservice-Apps der deutschen Netzbetreiber einmal pro Jahr auf Funktionalität, Service und Sicherheit. Im diesjährigen Test erreicht die „Mein O₂“-App mit 927 von 1.000 möglichen Punkten zum dritten Mal in Folge die Note „sehr gut“ und sichert sich somit den Gesamttestsieg. Zudem erreicht sie in der wichtigen Kategorie „Funktionalität und Handhabung“ mit 295 von 300 möglichen Punkten zum ersten mal die Note „überragend“.³

Kategorie
Kundenservice

O₂ Netz schneidet „sehr gut“ ab⁴

Im aktuellen Mobilfunk-Netztest des Fachmagazins *connect* erreichte das O₂ Netz die Note „sehr gut“ – erstmals in der 25-jährigen Unternehmensgeschichte. Bei der mobilen Datennutzung überzeugte das Netz mit zuverlässig leistungsstarken Datenverbindungen, einer sehr guten Gesprächsqualität sowie einer deutlich verbesserten Netzabdeckung und rückt in der wichtigen Kategorie „mobile Datennutzung“ auf Platz 2 in Deutschland vor. In der Gesamtwertung legte das O₂ Netz mit einem Plus von 94 Punkten auf mittlerweile 852 Punkte hierbei am deutlichsten zu.⁵

Kategorie
Netzqualität

Gesamtnote „sehr gut“ beim connect Shoptest

Die O₂ Shops holten beim diesjährigen *connect* Shoptest nicht nur erneut den Testsieg, sie bauten den Vorsprung auf den Wettbewerb deutlich aus und erreichten als Einzige die Gesamtnote „sehr gut“. Auch in den Einzelwertungen dominierte O₂: 14 der getesteten 25 O₂ Shops sicherten sich die Note „überragend“ oder „sehr gut“. Ein O₂ Shop in Münster erreichte sogar erstmals in der Geschichte des *connect* Shoptests mit 499 der maximal möglichen 500 Punkte fast den perfekten Wert.⁵

Kategorie
**Shops und
Handel**

¹ www.telefonica.de/news/corporate/2020/03/kundenservice-abteilung-des-jahres-customer-service-team-erhaelt-den-german-stevie-award-in-gold.html

² www.deutschlandtest.de/de/wp-content/uploads/Digital.pdf

³ www.connect.de/vergleich/service-app-test-2020-mobilfunk-netzbetreiber-deutschland-oesterreich-schweiz-3201171-8891.html

⁴ *connect* Mobilfunk-Netztest 2021: Sehr gut (852 Punkte); insgesamt wurden vergeben: dreimal sehr gut (926, 876 und 852 Punkte). Hier geht es zum Gesamttranking.

⁵ www.o2online.de/vorteile/auszeichnungen-testberichte/

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index und Global-Compact- Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

Ehrung mit B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis

Valentina Daiber, Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe, wurde mit dem B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis 2020 in der Kategorie „Großunternehmen“ ausgezeichnet. Sie erhält die Auszeichnung für ihr jahrelanges erfolgreiches Engagement für nachhaltiges Wirtschaften, das in der Umsetzung des Responsible Business Plan der Telefónica Deutschland Gruppe zum Ausdruck kommt. Der Umweltpreis zählt zu den wichtigsten Nachhaltigkeitsauszeichnungen in Deutschland.¹

CDP bestätigt weltweite Führungsrolle im Klimaschutz

Von den weltweit mehr als 9.600 Unternehmen, die ihre Umweltdaten für das Jahr 2020 über die Nichtregierungsorganisation CDP offengelegt haben, gehört die Telefónica, S.A. Group zu den führenden 3%. Das Unternehmen erhielt die Bestnote A bereits das siebte Jahr in Folge. CDP bewertet vor allem diejenigen Unternehmen gut, die mit viel Transparenz die Reduzierung von CO₂-Emissionen, die Minderung von Klimarisiken und den Beitrag zur Entwicklung einer kohlenstoffarmen Wirtschaft vorantreiben. Vor allem durch Digitalisierung und Mobilfunk trägt die Unternehmensgruppe zur Erfüllung der globalen Klimaziele bei.²

Kategorie **Umwelt- und Klimaschutz**



Kategorie **Mitarbeitende**

Auszeichnung mit Corporate Health Award und Sonderpreis Pandemie-Management

Die Telefónica Deutschland Gruppe erhielt 2020 bereits zum zweiten Mal nach 2018 den *Corporate Health Award* für ihr betriebliches Gesundheitsmanagement. Zugleich haben wir den Sonderpreis Pandemie-Management erhalten, mit dem insbesondere die Flexibilität und Kommunikationsfähigkeit des Unternehmens unter den veränderten Rahmenbedingungen gewürdigt wurde.³

Branchensieger im Ranking „Top-Karrierechancen“

In der von *FOCUS-MONEY* veröffentlichten Studie „Top-Karrierechancen“ haben DEUTSCHLAND TEST und das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) untersucht, welche der 22.500 größten deutschen Unternehmen ihren Arbeitnehmern optimale Perspektiven bieten – z. B. durch Aufstiegs- und Entwicklungschancen. Die Telefónica Deutschland Gruppe ging dabei mit der vollen Punktzahl als Sieger der Branche Telekommunikation hervor.⁴

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

¹ www.baumev.de/News/9725/ValentinaDaiberTelefonicaDeutschlandHoldingAG.html

² www.telefonica.de/news/corporate/2020/12/bestnote-a-in-der-cdp-klima-liste-telefonica-zum-siebten-mal-in-folge-fuer-weltweite-fuehrungsrolle-im-klimaschutz-ausgezeichnet.html

³ www.corporate-health-award.de/

⁴ www.deutschlandtest.de/de/wp-content/uploads/DT-2020-Karriere-allgemein.pdf

Unsere Mitgliedschaften und Kooperationen

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index und Global-Compact- Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

Die Auswahl unserer Mitgliedschaften erfolgt entsprechend unseren strategischen Prioritäten. Mitgliedschaften sollen unsere Geschäftstätigkeit unterstützen und einen Rahmen bieten, in dem wir einen

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

wir uns an Initiativen, die verantwortliches Handeln stärken. Im Folgenden finden Sie einen Auszug unserer Mitgliedschaften und Kooperationen.

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; mindestens 50% der Arbeitskräfte sind Menschen mit Handicap.	www.afb-group.eu
AmCham – American Chamber of Commerce in Germany e. V.	2010	Unternehmensnetzwerk zur globalen Wirtschaftsförderung und für eine deutschamerikanische Partnerschaft	www.amcham.de
B.A.U.M. e. V. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management	2011	Vernetzung im größten Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften	www.baumev.de
BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.	2001	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT, Telekommunikation und neue Medien; u. a. aktive Teilnahme an Arbeitsgruppen zu den Themen Datenschutz, Medienpolitik und Arbeitssicherheit	www.bitkom.org
BVDW – Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V.	2020	Als Impulsgeber, Wegweiser und Beschleuniger digitaler Geschäftsmodelle vertritt der BVDW die Interessen der Digitalen Wirtschaft gegenüber Politik und Gesellschaft. Mit seinem Netzwerk setzt er sich für Markttransparenz und innovationsfreundliche Rahmenbedingungen ein.	www.bvdw.org
Cybermobbing-Hilfe e. V.	2020	Hilfe für die Opfer von Cybermobbing und Förderung von Präventionsarbeit in der Gesellschaft	www.cybermobbing-hilfe.com
Deutsches Kinderhilfswerk e. V.	2009	Verein für Kinderrechte und gegen Kinderarmut	www.dkhw.de
DICO – Deutsches Institut für Compliance e. V.	2015	Entwicklung von Maßstäben für die Compliance-Praxis und Mitwirkung an der Gestaltung guter Unternehmensführung	www.dico-ev.de
DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e. V.	2014	Größter europäischer Fachverband zur Förderung des Dialogs zwischen Unternehmen und Kapitalmärkten	www.dirk.org
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	www.eco.de
Europäische Bewegung Deutschland e. V.	2008	Netzwerk für Europapolitik in Deutschland	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
GDD Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e. V.	1994	Deutsche Vereinigung für Datenschutz und Datenschutzbeauftragte	www.gdd.de

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

MITGLIEDSCHAFT BZW. KOOPERATION	SEIT	ZIEL	WEBSITE
GDW Global Digital Women	2019	Netzwerk, um die Gleichstellung zu beschleunigen und Frauen mit Digitalfokus branchenübergreifend in der Wirtschaft und im täglichen Leben sichtbar zu machen	www.global-digital-women.com
GSM Association – weltweite Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter	2008	Weltweite Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter	www.gsma.com
Information Security Forum	2004	Unabhängige Non-Profit-Organisation zur Vernetzung bei den Themen Cyber- und Informationssicherheit sowie Risikomanagement, aktive Partizipation im Rahmen der Mitgliedschaft von Telefónica S.A.	www.securityforum.org
Initiative „Chefsache“	2020	Netzwerk von Führungskräften aus Wirtschaft, Wissenschaft, öffentlichem Sektor und Medien zur Förderung der Chancengerechtigkeit von Frauen und Männern	www.initiative-chefsache.de
International Wireless Industry Consortium (IWPC)	2015	Initiative zur Förderung der globalen Zusammenarbeit von Wissenskapital durch Echtzeit-Einblicke in wichtige Technologie-, Markt- und Ökosystementwicklungen	www.iwpc.org
Klicksafe	2007	Initiative, die in Deutschland im Auftrag der EU-Kommission Kompetenzen zur sicheren Nutzung von Internet und neuen Medien vermittelt	www.klicksafe.de
Klimapakt Münchner Wirtschaft	2016	In München ansässige Großunternehmen haben sich zur freiwilligen CO ₂ -Emissionsreduktion verpflichtet.	www.muenchen.de/rathaus/wirtschaft/nachhaltig-oeko/klimapakt-muenchner-wirtschaft.html
Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU)	2015	Engagement für Mensch und Natur durch zahlreiche Projekte zum Arten-, Umwelt- und Naturschutz in Deutschland	www.nabu.de
NIK – Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft e. V.	1998	Netzwerk für die Digitale Wirtschaft der Metropolregion Nürnberg und Forum für Unternehmen, die den digitalen Wandel gestalten	www.nik-nbg.de
SheTransformsIT	2020	Engagement für mehr Präsenz von Frauen in der Digitalisierung und bessere Karrierechancen für Mädchen und Frauen	www.shetransformsit.de
Stiftung Digitale Chancen	2010	Engagement, um das Interesse von mehr Menschen für die Möglichkeiten des Internets zu fördern und sie bei dessen Nutzung zu unterstützen. Ziel ist es, dem Ausschluss benachteiligter Bevölkerungsgruppen aus der Entwicklung zur Informationsgesellschaft entgegenzuwirken.	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
UN Global Compact und Deutsches Global Compact Netzwerk	2020	Weltweit größte Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung und Verfolgung der Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft zum Nutzen aller Menschen, Gemeinschaften und Märkte	www.unglobalcompact.org www.globalcompact.de
UPJ e. V. Unternehmen als Partner der Jugend 2005	2005	Netzwerk zwischen Unternehmen und Zivilgesellschaft zu Corporate Social Responsibility	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
VDE – Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e. V.	2003	Organisation, die Wissenschaft, Standardisierung, Prüfung, Zertifizierung und Anwendungsberatung unter einem Dach vereint und sich für die Forschungs- und Nachwuchsförderung einsetzt. Fördermitglied im Ausschuss für Blitzschutz und -forschung (ABB).	www.vde.com/de
Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V.	2002	Bundesweit tätige Selbstkontrollinstitution zur Durchsetzung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb	www.wettbewerbszentrale.de

Die Telefónica, S.A. Group arbeitet mit Verbänden und anderen Organisationen zusammen, die einen direkten Einfluss auf unsere Branche und Interessengruppen haben. Diese sind [hier](#) zu finden.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI 102-55

GRI-Content-Index und Global-Compact-Fortschrittsbericht

Der CR-Report 2020 der Telefónica Deutschland Gruppe wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards – Option „Umfassend“ – erstellt. Die Telefónica Deutschland Gruppe bekennt sich zudem zu den zehn

Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC) – Level „Active“ – welche die Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung umfassen. Der GRI-Content-Index zeigt

daher auch an, welche der angegebenen GRI-Indikatoren gleichzeitig eines bzw. mehrere der Prinzipien des UNGC abdecken.

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN	
GRI 101: Grundlagen 2016					
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016					
ORGANISATIONSPROFIL					
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-1	Name der Organisation	• Unternehmensporträt (S. 9)		
	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	• Unternehmensporträt (S. 9 f.)		
	102-3	Hauptsitz der Organisation	• Unternehmensporträt (S. 9)		
	102-4	Betriebsstätten	• Unternehmensporträt (S. 9)		
	102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	• Unternehmensporträt (S. 9) • GB (Lagebericht) (S. 3–69)		
	102-6	Belieferte Märkte	• Unternehmensporträt (S. 9)		
	102-7	Größe der Organisation	• Unternehmensporträt (S. 9) • GB (Lagebericht) (S. 3–69)		
	102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitenden	• Arbeitgeber (S. 51) • Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 142–144)	Saisonale Schwankungen und Aufteilung nach Leiharbeitern sind nicht relevant. Dies gilt für alle Mitarbeiterzahlen.	
	102-9	Lieferkette	• Lieferantenmanagement (S. 58–64) • Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 141)		
	102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	• GB (Konzernabschluss) (S. 71–145) • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175)		
	102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	• CR-Strategie (S. 15–17) • Umweltmanagement (S. 101–103)		7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
	102-12 Externe Initiativen	<ul style="list-style-type: none"> Digitale Inklusion (S. 86–91) Lieferantenmanagement (S. 58 f.) Compliance (S. 41–44) Datenschutz und Informationssicherheit (S. 96 f.) Beitrag zu den SDGs (S. 127) 		
	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	<ul style="list-style-type: none"> Datenschutz und Informationssicherheit (S. 97) Umweltmanagement (S. 101) Mitgliedschaften (S. 151–152) 		
STRATEGIE				
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	<ul style="list-style-type: none"> Vorwort (S. 5 f.) 		Erklärung der Geschäftsführung zum fortlaufenden Engagement des Unternehmens im UN Global Compact und zu weiteren Anstrengungen zur Umsetzung und Förderung der zehn Prinzipien.
	102-15 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	<ul style="list-style-type: none"> CR-Strategie (S. 15–17) GB (Lagebericht) (S. 3–69) Unser Responsible Business Plan (S. 7–8) Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124) Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) <p>Beim Einstieg in die wesentlichen CR-Themen werden konkrete Auswirkungen, Chancen und Risiken jeweils dargelegt.</p>		
ETHIK UND INTEGRITÄT				
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) Menschenrechte (S. 65–71) 		
	102-17 Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
GOVERNANCE				
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-18 Führungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> CR-Steuerung (S. 18–21) GB (Lagebericht) (S. 3–70) GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
	102-19 Delegation von Befugnissen	<ul style="list-style-type: none"> CR-Steuerung (S. 18–21) GB (Lagebericht) (S. 3–70) 		

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	<ul style="list-style-type: none"> • CR-Steuerung (S. 18–21) • Compliance (S. 41, 44) 		
102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	<ul style="list-style-type: none"> • CR-Steuerung (S. 18–21) • Compliance (S. 41–44) 		
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-24	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 157–167) • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-25	Interessenskonflikte	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Konzernabschluss) (S. 71–145) • GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 157–167) • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) • Compliance (S. 41–44) 		
102-26	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien	<ul style="list-style-type: none"> • CR-Steuerung (S. 18–21) • GB (Bericht des Aufsichtsrats) (S. 157–167) • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-27	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-28	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Lagebericht) (S. 3–70) • Nichtfinanzieller Bericht (S. 5–23) 		
102-30	Wirksamkeit der Verfahren zum Risikomanagement	<ul style="list-style-type: none"> • GB (Lagebericht) (S. 3–70) 		
102-31	Überprüfung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	<ul style="list-style-type: none"> • CR-Steuerung (S. 18–21) • GB (Lagebericht) (S. 3–70) • Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124) 		
102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Der Aufsichtsrat erörtert mit dem Wirtschaftsprüfer die Ergebnisse der Prüfung des nicht-finanziellen Berichts mit den dazugehörigen Leistungskennzahlen und fasst dazu nach eigener Prüfung Beschluss. 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 und Information an den Aufsichtsrat den CR-Report frei.		

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
102-33	Übermittlung kritischer Anliegen	<ul style="list-style-type: none"> GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 		
102-34	Art und Gesamtanzahl kritischer Anliegen	–	Die Informationen stehen für den Berichtszeitraum nicht zur Verfügung.	
102-35	Vergütungspolitik	<ul style="list-style-type: none"> Vergütungsbericht im GB (Lagebericht) (S. 49–61) Nichtfinanzieller Bericht (S. 8) <p>Mit New Reward lösen wir die historisch gewachsene, heterogene Landschaft verschiedener Vergütungssysteme mit unterschiedlichsten Elementen ab. Das neue Vergütungsmodell ist klar, fair sowie attraktiv und auf die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG zugeschnitten. Elemente des neuen Vergütungssystems – festgehalten in der Gesamtbetriebsvereinbarung – sind klare, für die Telefónica Deutschland Gruppe spezifische Karriereebenen und Karrierestufen: Ein Gehaltsband bildet jeweils eine Karrierestufe ab. Klar definierte und transparente Kriterien zur Einordnung machen dabei eine Entwicklung innerhalb der Gehaltsbänder sowie über Gehaltsbänder hinweg möglich. So ist ersichtlich, welche Anforderungen für die nächsten Entwicklungsschritte relevant sind. Senior-Experten und die meisten Führungskräfte erhalten zusätzlich zum Grundgehalt einen Bonus, der an Unternehmensziele gekoppelt ist. Für Vertriebsmitarbeiter sind hingegen Provisionen vorgesehen.</p> <p>Über den Bonus für Senior-Experten und Führungskräfte setzen wir auch Anreize zur Erreichung nichtfinanzieller Ziele (CSR-Index).</p>		
102-36	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	<ul style="list-style-type: none"> GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) GB (Lagebericht) (S. 3–70) 		
102-37	Einbindung der Stakeholder bei Entscheidungen zur Vergütung	<ul style="list-style-type: none"> GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 168–175) GB (Vergütungsbericht) (S. 49–61) 		
102-38	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	–	Die Informationen stehen für den Berichtszeitraum nicht zur Verfügung.	
102-39	Prozentualer Anstieg des Verhältnisses der Jahresgesamtvergütung	–	Die Informationen stehen für den Berichtszeitraum nicht zur Verfügung.	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI 102-55

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN	
STAKEHOLDEREINBEZIEHUNG					
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	• Stakeholderengagement (S. 23)	3 Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.	
	102-41	Tarifverträge	• Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 142)		
	102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	• Stakeholderengagement (S. 22–27)		
	102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	• Stakeholderengagement (S. 22–27) • Kundenzufriedenheit (S. 33–39) • Arbeitgeber (S. 46–50, 52–53) • Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97) • Ressourcenschutz (S. 112–115)		
	102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	• Stakeholderengagement (S. 22–27)		
VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG					
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	• GB (Konzernabschluss) (S. 71–145)		
	102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	• Über diesen Bericht (S. 2) • CR-Strategie (S. 15–17) • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) • ESG-Ratings & Finance (S. 125 f.)		
	102-47	Liste der wesentlichen Themen	• CR-Strategie (S. 15–17) • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)		
	102-48	Neudarstellung von Informationen	• Neuer Responsible Business Plan (S. 8) • Lieferantenmanagement (S. 58–64)/ Einführung neuer Prozesse und KPIs • Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71)/Einführung neuer Prozesse und KPIs • Kennzahlentabelle (S. 140–147)/Änderung der Darstellung auf vier Jahre		
	102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Keine Im Rahmen der Weiterentwicklung der CR-Strategie der Telefónica Deutschland Gruppe für die Jahre 2021–2025 haben wir im Berichtsjahr eine umfangreiche Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Deren Ergebnis wird unser Handeln ab 2021 leiten und als Basis für die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung dienen. (RBP 2025: Zielsetzungen 2021)		
	102-50	Berichtszeitraum	• Über diesen Bericht (S. 2)		
	102-51	Datum des letzten Berichts	• Über diesen Bericht (S. 2)		
	102-52	Berichtszyklus	• Über diesen Bericht (S. 2)		
	102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	• Über diesen Bericht (S. 2) • Impressum (S. 179)		

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI 102-55

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
	102-54	Erläuterung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	• Über diesen Bericht (S. 2)	
	102-55	GRI-Inhaltsindex	• GRI-Content-Index (S. 153–176)	
	102-56	Externe Prüfung	• Statement Wirtschaftsprüfer (S. 177–178)	
GRI 200: WIRTSCHAFT				
WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Business-Strategie (S. 12–14) • GB (Lagebericht) (S. 3–70) • Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Business-Strategie (S. 12–14) • GB (Lagebericht) (S. 3–70) • Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76)	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	• Kennzahlentabelle ökonomische Kennzahlen (S. 140) • GB (Konzernabschluss) (S. 71–145)	
	201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	–	Bislang sind die finanziellen Auswirkungen durch den Klimawandel für die Telefónica Deutschland Gruppe gering und werden daher nicht ausführlich in die Berichterstattung aufgenommen.
	201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	• GB (Konzernabschluss) (S. 71–145)	
	201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	• GB (Lagebericht) (S. 3–70)	
INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Business-Strategie (S. 12–14) • Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Business-Strategie (S. 12–14) • Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76)	
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016	203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	• Business-Strategie (S. 2–14) • Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76) • Kundenzufriedenheit (S. 32–39)	
	203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	• Business-Strategie (S. 12–14) • Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76)	7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Lieferantenmanagement (S. 58–64)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Lieferantenmanagement (S. 58–64)	
GRI 204: Beschaffungs-praktiken 2016	204-1	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	• Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 140)	
			Die Bezeichnung „lokale Lieferanten“ umfasst alle inländischen Lieferanten der Telefónica Deutschland Gruppe, die über das Telefónica Einkaufsmodell betreut werden (MCT).	
KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	10 Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Compliance (S. 41–44)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Compliance (S. 41–44)	
GRI 205: Korruptions-bekämpfung 2016	205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	• Compliance (S. 41–44)	
			Für die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sowie sämtliche Tochterunternehmen wurde im Jahr 2020 ein Risiko-Assessment für die Bereiche Korruption und Interessenkonflikte durchgeführt. Wir haben uns risikobasiert die wichtigsten Geschäftsprozesse angeschaut, bei denen Korruptionsrisiken typischerweise auftreten.	Gesamtzahl und Prozentsatz der Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, werden nicht angegeben, da die Prüfung prozessbezogen und nicht standortbezogen durchgeführt wurde.
	205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	• Compliance (S. 43) • Kennzahlentabelle Compliance (S. 141)	
			Die durchgeführten Mitarbeiterschulungen zu unseren Geschäftsgrundsätzen enthalten Inhalte zum Thema Antikorruption. Per 31. Dezember 2020 haben 95,8% der Mitarbeitenden das Training „Geschäftsgrundsätze“ erfolgreich absolviert, das umfasst den gesamten Turnus von drei Jahren. Dieses Training wurde im Jahr 2019 überarbeitet. Zudem sind weiterführende Informationen (z. B. zum Umgang mit Geschenken) für Mitarbeitende im Intranet verfügbar. Unsere Geschäftspartner sind grundsätzlich zur Einhaltung unserer Geschäftsgrundsätze verpflichtet. Zudem fordern wir seit 2018 von allen Lieferanten auf unserer Ausschreibungsplattform eine verpflichtende Erklärung zur Einhaltung der Antikorruptionsgesetze.	Die erforderlichen Daten für eine Aufschlüsselung nach Angestelltenkategorie werden systembedingt nicht erfasst.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
	205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 42) <p>Im Berichtsjahr hat es keine Korruptionsvorfälle gegeben.</p>	
WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN				
GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	10 Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) 	
GRI 206: Wettbewerbs- widriges Verhalten 2016	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Im Berichtszeitraum hat es keine Verfahren gegen die Telefónica Deutschland Gruppe aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung gegeben.	
GRI 300: UMWELT				
MATERIALIEN				
GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Umweltmanagement (S. 101–103) Ressourcenschutz (S. 112–115) 	8 Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Umweltmanagement (S. 101–103) Ressourcenschutz (S. 112–115) 	9 Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.
GRI 301: Materialien 2016	301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	–	Nicht relevant, da die Telefónica Deutschland Gruppe kein produzierendes Gewerbe ist.
	301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	–	Nicht relevant, da die Telefónica Deutschland Gruppe kein produzierendes Gewerbe ist. Dennoch stellt O ₂ online Informationen zu Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung, die Kunden dabei helfen, die angebotenen Smartphones unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu betrachten – von der Kaufentscheidung

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN	
	301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenschutz (S. 112–115) • Kennzahlentabelle Umwelt (S. 146 f.) <p>Die Angabe 301–3 wurde auf die konkreten Gegebenheiten der Telefónica Deutschland Gruppe 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</p>	<p>bis zum Recycling. Weitere Infos unter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenschutz (S. 113–114) <p>Die Telefónica Deutschland Gruppe berichtet nicht zur Verpackung der Handys, weil sie kein produzierendes Gewerbe ist.</p> <p>Das Unternehmen versendet aber seine aus Recyclingmaterial bestehenden Pakete auf klimaneutralem Weg mit DHL GoGreen an Kunden sowie Shops. Weitere Informationen zu Maßnahmen bzgl. Brief- und Paketversand finden sich in</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenschutz (S. 112–115) 	<p>7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.</p> <p>8 Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.</p> <p>9 Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.</p>
ENERGIE					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	<p>7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.</p>	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltmanagement (S. 101–103) • Energie & CO₂ (S. 105–106) 		
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltmanagement (S. 101–103) • Energie & CO₂ (S. 105–106) 		
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<ul style="list-style-type: none"> • Energie & CO₂ (S. 107) • Kennzahlentabelle Umwelt (S. 145) <p>Die Telefónica Deutschland Gruppe verkauft keine Energie.</p>	<p>Kühlenergie wird in die Scope-1-Emissionen integriert, da diese Emissionen vergleichsweise gering sind. Dampfverbrauch und Wärmeenergie sind nicht relevant, da die Telefónica Deutschland Gruppe kein produzierendes Gewerbe ist und der Stromverbrauch 96,5 % des Energieaufwands ausmacht.</p>	<p>8 Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.</p> <p>9 Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.</p>
	302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	–	<p>Nicht relevant für interne Unternehmenssteuerung und nicht gefordert von Stakeholdern.</p>	
	302-3	Energieintensität	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltmanagement (S. 103) • Kennzahlentabelle Umwelt (S. 145) 		

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN	
	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	• Energie & CO ₂ (S. 105–107)		
	302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	• Energie & CO ₂ (S. 103 und 105)		
EMISSIONEN					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Umweltmanagement (S. 101–103) • Energie & CO ₂ (S. 105 f.)		
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Umweltmanagement (S. 101–103) • Energie & CO ₂ (S. 105 f.)		
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	• Energie & CO ₂ (S. 108) • Kennzahlentabelle Umwelt (S. 145) • Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124)	8 Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.	
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	• Energie & CO ₂ (S. 108) • Kennzahlentabelle Umwelt (S. 146) • Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124)		
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	• Energie & CO ₂ (S. 108) • Kennzahlentabelle Umwelt (S. 146) • Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124)	9 Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.	
	305-4	Intensität der THG-Emissionen	• Kennzahlentabelle Umwelt (S. 146) • Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124)		
	305-5	Senkung der THG-Emissionen	• Energie & CO ₂ (S. 103 und 108) • Finanzielle Klimarisiken (S. 122–124)		
	305-6	Emissionen ozonabbauender Substanzen (ODS)	–		Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind in ihrem Ausmaß nicht wesentlich.
	305-7	Stickstoffoxide (NO _x), Schwefeloxide (SO _x) und andere signifikante Luftemissionen	–		Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind in ihrem Ausmaß nicht wesentlich.
UMWELT-COMPLIANCE					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Umweltmanagement (S. 101–103) • Compliance (S. 41–44)		
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Umweltmanagement (S. 101–103) • Compliance (S. 41–44)		
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016	307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Die Einhaltung von Umweltauflagen wird durch die implementierten Managementsysteme nach ISO 14001 und ISO 50001 innerhalb des Unternehmens gesteuert. Im Berichtszeitraum wurden keine erheblichen Bußgelder oder nicht-monetären Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen gegen die Telefónica Deutschland Gruppe ausgesprochen.	8 Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN				
GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Lieferantenmanagement (S. 58–64)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Lieferantenmanagement (S. 58–64)	
GRI 308: Umwelt- bewertung der Lieferanten 2016	308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	• Lieferantenmanagement (S. 58–64) Neue Lieferanten müssen die globale Supply Chain Sustainability Policy, die auch ökologi- sche Mindestanforderungen beinhaltet, im Lieferantenregistrierungsportal akzeptieren. Die Telefónica Deutschland Gruppe erhält dadurch Informationen zum Stand ökologischer Kriterien von 100 % der neuen Lieferanten.	
	308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	• Lieferantenmanagement (S. 58–64) • Umweltmanagement (S. 101–103) Es wurden keine erheblichen tatsächlichen oder potenziell negativen Umweltauswirkun- gen bei einzelnen Lieferanten festgestellt.	
GRI 400: SOZIALES				
BESCHÄFTIGUNG				
GRI 103: Management- ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Arbeitgeber (S. 46–50)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Arbeitgeber (S. 46–50)	
GRI 401: Beschäftigung 2016	401-1	Neue Angestellte und Angestellten- fluktuation	• Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 143) • Arbeitgeber (S. 51)	
	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeit- beschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftig- ten Angestellten angeboten werden	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbe- schäftigten Angestellten, nicht aber teilzeitbe- schäftigten Angestellten angeboten werden: Keine Unterscheidung bei Gruppenunfallver- sicherung (inkl. Erwerbsunfähigkeits- und Invaliditätsschutz), Gesundheitsvorsorge, Elternzeit, Essensgeldzuschuss, Aktienbetei- ligung, vermögenswirksamen Leistungen und Nutzung von betrieblichen Einrichtungen wie z. B. Kantine oder Sportprogramm. Für unbefristet Beschäftigte: Altersversorgung; aufgrund der gesetzlichen Unverfallbarkeits- frist von drei Jahren.	

7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.

8 Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.

9 Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.

6 Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
		Die meisten Nebenleistungen werden Teilzeitkräften auf Basis ihres anteiligen Beschäftigungsgrads oder auf Basis des Teilzeitgehalts gewährt. Es gibt Leistungen, bei denen teilzeitbeschäftigte Mitarbeitende den gleichen Betrag erhalten wie Vollzeitbeschäftigte (z. B. Fahrtkostenzuschuss, Gesprächsguthaben für eigene Services).		6 Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.
		Ergänzung für Mitarbeitende in Arbeitnehmerüberlassung: Keine Unterscheidung bspw. bei der Nutzung betrieblicher Einrichtungen oder Fahrtkostenzuschuss – grundsätzlich gilt der Grundsatz der Gleichstellung gem. § 8 Arbeitnehmerüberlassungsgesetz.		
	401-3	Elternzeit	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 143 f.) <p>Gemäß § 15 Bundeselternzeit- und Elternzeitgesetz hat in Deutschland jedes Elternteil Anspruch auf Elternzeit zur Betreuung und Erziehung seines Kindes, bis dieses sein drittes Lebensjahr vollendet hat.</p>	
ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber (S. 46–50) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber (S. 46–50) 	
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016	402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	Nach Beschlussfassung durch die zuständigen Betriebsratsgremien in einem mit diesen abgestimmten Ablauf und mit gemeinsam vereinbarten Fristen, die je nach geplanter Veränderung variabel sind. Die Vorschriften des Betriebsverfassungsgesetzes werden vollumfänglich berücksichtigt.	
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber (S. 46–50 und 52–53) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber (S. 46–50 und 52–53) 	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber (S. 52 f.) <p>Die Telefónica Deutschland Gruppe unterliegt den Bestimmungen des Arbeitsschutzgesetzes und des Arbeitssicherheitsgesetzes sowie</p>	Basierend auf einem Health & Safety Annex, der die Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz für unsere

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	<p>weiteren gesetzlichen und berufsge-nossen-schaftlichen Vorgaben. Unser integriertes Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement-system bildet den Umsetzungsrahmen für eine ganzheitliche Gesundheitspolitik und beschreibt die Zuständigkeiten, Prozesse und Regeln für alle Akteure im betrieblichen Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement, die dafür erforderlich sind. Das Ziel ist, durch ein einheitliches, konsistentes und nachhaltiges Management-system die vom Vorstand festgelegten Ziele der Gesundheitspolitik zu erreichen. Das Managementsystem gilt für alle Gesellschaften der Telefónica Deutschland Gruppe, deren Organe, Führungskräfte und Mitarbeitende.</p> <p>Unser integriertes Arbeits- und Gesundheits-schutzmanagementsystem greift für</p> <ul style="list-style-type: none"> • alle Mitarbeitenden (also interne Mitarbei-tende der Telefónica Deutschland Gruppe mit Anstellungsverträgen), • alle sonstigen Mitarbeitenden (Angestellte von Lieferanten, Berater etc. ohne Anstellungsver-träge), deren Arbeit und/oder Arbeitsplätze von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden und • alle sonstigen Mitarbeitenden (s. o.), deren Arbeit und/oder Arbeitsplätze von der Telefónica Deutschland Gruppe zwar nicht kontrolliert werden, deren Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz durch die Betriebs-stätten oder Produkte/Dienstleistungen der Telefónica Deutschland Gruppe trotzdem erheblich beeinflusst werden. 	<p>Lieferanten, Dienstleister und sonstige Vertrags-partner regelt, werden einzuhaltende Standards definiert, die auch für die Arbeitgeber unserer externen Beschäftigten, die keine Angestellten der Telefónica Deutschland Gruppe sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz von der Telefónica Deutsch-land Gruppe kontrolliert werden, gelten. Gleiches gilt für die Lieferung von Produkten oder Dienst-leistungen. Der Health & Safety Annex wird den jeweiligen Verträgen als Anlage beigefügt und ist öffentlich nicht einsehbar.</p>	
		<p>• Arbeitgeber (S. 52 f.)</p> <p>Unser erklärtes Ziel ist die Minimierung von Unfallgefahren und Gesundheitsrisiken für alle Beschäftigten in Büros, Shops und an Technik-standorten. Unsere internen und externen Beschäftigten sind bei ihrer Tätigkeit in der Regel keinem Umgang mit Gefahrstoffen ausgesetzt. Für den Fall, dass dies doch erforderlich ist, werden auf der Basis einer Gefährdungsbeurteilung wirksame Maßnahmen zum Arbeits- und Ge-sundheitsschutz für die Beschäftigten festgelegt und umgesetzt. Externe Beschäftigte, die keine Angestellten der Telefónica Deutschland Gruppe sind, haben zudem – neben den Maßnahmen gem. Gefahrstoffkataster – auch unsere</p>	<p>Unser Gefahrstoffkatas-ter ist Bestandteil der ISO-14001-Dokumenta-tion und wird jährlich von externer Stelle im Rahmen der Überwachungsaudits eingesehen und geprüft. Da sich keine besonders gefährlichen Stoffe darunter befinden (es sind fast ausschließlich Reini-gungsmittel), welche nicht durch Mitarbeitende der Telefónica Deutschland Gruppe, sondern durch fachlich unterwiesene</p>	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
		<p>Anweisungen zum Umgang mit Gefahrstoffen zu berücksichtigen.</p> <p>2018 erfolgte für den Sonderbau (Hochhaus) am Standort München im Auftrag der Telefónica Deutschland Gruppe die Überarbeitung der Brandschutzordnung für das gesamte Gebäude. Für den Standort München übernimmt auf Basis der geltenden Vorgaben ein externer Sachverständiger die Rolle als Brandschutzbeauftragter.</p>	<p>Dienstleister (Unterweisung im Umgang erfolgt ebenso durch diese) gelagert und dosiert werden, veröffentlichen wir diese Listen nicht.</p>	
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 52 f.) Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 145) <p>Über unseren Health & Safety Annex sind bei der Ausführung der Arbeiten (insbesondere bei Arbeiten an hochgelegenen Arbeitsplätzen) von den Mitarbeitenden unserer Lieferanten/ Dienstleister vor Beginn folgende Voraussetzungen zu erfüllen: Einsätze sind nur zulässig, wenn aufgrund einer arbeitsmedizinischen Vorsorgeuntersuchung (BG-Grundsatz G41 „Arbeiten in absturzgefährdeten Bereichen“) keine Zweifel an der körperlichen Eignung der Mitarbeitenden des Lieferanten/Dienstleisters bestehen.</p>	<p>Basierend auf einem Health & Safety Annex, der die Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz für unsere Lieferanten, Dienstleister und sonstige Vertragspartner regelt, werden einzuhaltende Standards definiert, die auch für die Arbeitgeber unserer externen Beschäftigten, die keine Angestellten der Telefónica Deutschland Gruppe sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden, gelten. Gleiches gilt für die Lieferung von Produkten oder Dienstleistungen. Der Health & Safety Annex wird den jeweiligen Verträgen als Anlage beigefügt und ist öffentlich nicht einsehbar.</p>	
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 52 f.) <p>Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind gemäß den gesetzlichen Vorgaben in jeder Konzerntochter auf Unternehmensebene tätig (bspw. Arbeitssicherheitsausschuss); infolge der erforderlichen Mitbestimmungsrechte aber auch teilweise auf lokaler Ebene je Betrieb, darüber hinaus gibt es ein arbeitgeberseitig initiiertes bundesweites Gremium (Health Forum) auf Konzernebene; der Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen und Gremien vertretenen Belegschaft beträgt 100 % der Mitarbeitenden.</p>	<p>Basierend auf einem Health & Safety Annex, der die Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz für unsere Lieferanten, Dienstleister und sonstige Vertragspartner regelt, werden einzuhaltende Standards definiert, die auch für die Beschäftigten des jeweiligen Vertragspartners bei einer Tätigkeit für oder bei der Telefónica Deutschland Gruppe gelten.</p>	<p>3 Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.</p>

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
		Vereinbarungen mit den Sozialpartnern (Betriebsrat) sind in formellen Betriebsvereinbarungen zu Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes schriftlich geregelt.	Gleiches gilt für die Lieferung von Produkten oder Dienstleistungen. Der Health & Safty Annex wird den jeweiligen Verträgen als Anlage beigefügt und ist öffentlich nicht einsehbar.	
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 145) • Arbeitgeber (S. 52 f.) 	Basierend auf einem Health & Safety Annex, der die Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz für unsere Lieferanten, Dienstleister und sonstige Vertragspartner regelt, werden einzuhalten Standards definiert, die auch für die Beschäftigten des jeweiligen Vertragspartners bei einer Tätigkeit für oder bei der Telefónica Deutschland Gruppe gelten. Gleiches gilt für die Lieferung von Produkten oder Dienstleistungen. Der Health & Safty Annex wird den jeweiligen Verträgen als Anlage beigefügt und ist öffentlich nicht einsehbar.	
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitgeber (S. 52 f.) <p>Die Grundlage für die Ziele zur Förderung der Gesundheit unserer Beschäftigten durch gezielte Maßnahmen bildet – neben den geltenden Vorgaben gem. SGB bzw. Präventionsgesetz – insbesondere auch das „Handbuch integriertes Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement“, das sich an der Norm DIN EN ISO 45001:2016 orientiert.</p>	Arbeitgeber unserer externen Beschäftigten, die keine Angestellten der Telefónica Deutschland Gruppe sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden, haben ihnen Zugang zu arbeitsmedizinischen Gesundheitsleistungen zu gewähren. Seitens Lieferanten sind z. B. Arbeits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen zu ergreifen, um sichere und ergonomische Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden des Bestellers und auch für die externen Beschäftigten zu schaffen. Auch dies wird im Health & Safety Annex beschrieben, der nicht öffentlich einsehbar ist.	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	In Fällen, in denen die Telefónica Deutschland Gruppe weder die Kontrolle über die Arbeit noch die Kontrolle über den Arbeitsplatz ausübt, greift der verbindliche Health & Safety Annex, in welchem die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (z. B. Sicherheitsbestimmungen) und daran gekoppelte Maßnahmen übergreifend für Lieferanten und Sublieferanten beschrieben werden.		
403-8	Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	(Verweise zu im Berichtszeitraum berichteten) Angaben zum Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für Angestellte der Telefónica Deutschland Gruppe finden sich unter GRI 403-1.	Für den Berichtszeitraum können aufgrund fehlender Daten keine Angaben zu Mitarbeitenden, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden, gemacht werden. In den kommenden Jahren wird überprüft, ob und inwiefern eine Erhebung dieser Daten für die Telefónica Deutschland Gruppe möglich bzw. wesentlich ist.	
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 144 f.) <p>Bei den registrierten Arbeitsunfällen handelte es sich zum überwiegendem Anteil um Unfälle, welche sich auf dem Arbeitsweg ereigneten.</p> <p>Die Grundlage für das Ziel der Verhinderung von Arbeitsunfällen und arbeitsbedingten Erkrankungen sowie der Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeitenden durch gezielte Maßnahmen bilden die geltenden gesetzlichen und berufsgenossenschaftlichen Vorschriften und die Ziele gemäß dem „Handbuch integriertes Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement“, das sich an der Norm DIN EN ISO 45001:2016 orientiert.</p>	Für den Berichtszeitraum können aufgrund fehlender Daten keine Angaben zu Mitarbeitenden, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden, gemacht werden. In den kommenden Jahren wird überprüft, ob und inwiefern eine Erhebung dieser Daten für die Telefónica Deutschland Gruppe möglich bzw. wesentlich ist.	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN	
	403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	<ul style="list-style-type: none"> Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 144 f.) <p>Keine Mitarbeitergruppe unterliegt einer berufsbedingten Erkrankung (Berufskrankheit), daher gab es auch im Berichtszeitraum 2020 keine zu berichtende Berufskrankheit.</p>	Für den Berichtszeitraum können aufgrund fehlender Daten keine Angaben zu Mitarbeitenden, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden, gemacht werden. In den kommenden Jahren wird überprüft, ob und inwiefern eine Erhebung dieser Daten für die Telefónica Deutschland Gruppe möglich bzw. wesentlich ist.	
AUS- UND WEITERBILDUNG					
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 		
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 46–50) 		
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 46–50) 		
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	82.747 Trainingsstunden im Jahr 2020. Bei 8.196 Mitarbeitenden (PIP) 2020 ergibt sich eine durchschnittliche Stundenzahl für Schulungen von über 10 Stunden pro Mitarbeitenden.	Die erforderlichen Daten für eine Aufschlüsselung nach Geschlecht und Angestelltenkategorie werden systembedingt nicht erfasst.	
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 49) 		
	404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	<p>2019 wurden die Grundlagen für die neue Einführung eines Performance-Management-Prozesses gelegt. Mit verschiedenen Feedbackinitiativen inkl. eines Feedbackleitfadens wurde der Dialog zwischen Führungskraft und Mitarbeitenden neu aufgelegt. Die Empfehlung der Telefónica Deutschland Gruppe ist, dass sich Führungskraft und Mitarbeitende mindestens einmal pro Quartal zu einem Feedbackgespräch zu Leistung und Entwicklung zusammensetzen.</p> <p>Um den Betriebsrat eng einzubinden und Veränderungen im Unternehmen verstärkt zusammen zu gestalten, haben wir im Jahr 2020 u. a. regelmäßige Dialogformate mit Vorstandsbeteiligung durchgeführt. Zudem findet</p>		

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI 102-55

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
		<p>ein kontinuierlicher informeller Austausch mit den Gremien statt. Darüber hinaus haben wir Verhandlungen mit dem zuständigen Gremium zur Einführung und Durchführung eines Performance Managements aufgenommen.</p> <p>Für Führungskräfte steht weiterhin durch die Telefónica, S.A. Group ein globales System zur Verfügung.</p> <p>Die Mitarbeiterumfrage 2020 zeigt: 87 % der Mitarbeitenden haben mindestens einmal im Jahr ein Gespräch mit ihrer Führungskraft zu ihrer Entwicklung. Ebenso viele Mitarbeitende erhalten mindestens einmal im Quartal leistungsbezogenes Feedback.</p>		
VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	6 Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 46–50) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 46–50) 	
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016	405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber (S. 50) Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 142 f.) Kontrollorgane: GB (Erklärung zur Unternehmensführung) (S. 167–175) 	
	405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	<ul style="list-style-type: none"> Kennzahlentabelle Mitarbeitende (S. 143) <p>Die Angaben beziehen sich jeweils auf die gesamte Telefónica Deutschland Gruppe.</p>	
GLEICHBEHANDLUNG				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	6 Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) Arbeitgeber (S. 46–50) <p>Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems</p>	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) Arbeitgeber (S. 46–50) <p>Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems</p>	
GRI 406: Gleichbehandlung 2016	406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> Kennzahlentabelle Compliance (S. 141) 	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
VEREINIGUNGSFREIHEIT UND TARIFVERHANDLUNGEN				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) Lieferantenmanagement (S. 58–64) Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
			Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems	
GRI 407: Vereinigungs-freiheit und Tarifverhand-lungen 2016	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) Lieferantenmanagement (S. 58–64) Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
			Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems	
	407-1	Betriebsstätten 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 Tarifverhandlungen 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	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) Lieferantenmanagement (S. 58–64) Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
			Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems	
GRI 408: Kinderarbeit 2016	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) Lieferantenmanagement (S. 58–64) Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
			Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems	
	408-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	Um das Risiko von Kinderarbeit in der Lieferkette zu minimieren, verpflichten wir unsere Lieferanten zur Einhaltung unserer Supply Chain Sustainability Policy. Im Berichtszeitraum sind uns keine Vorfälle von Kinderarbeit bekannt.	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
ZWANGS- ODER PFLICHTARBEIT				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	4 Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> • Compliance (S. 41–44) • Lieferantenmanagement (S. 58–64) • Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> • Compliance (S. 41–44) • Lieferantenmanagement (S. 58–64) • Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) Bestandteil unseres Compliance-Management-Systems	
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016	409-1	Betriebsstätten 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.	
PRÜFUNG AUF EINHALTUNG DER MENSCHENRECHTE				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	1 Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten. 2 Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> • Compliance (S. 41–44) • Lieferantenmanagement (S. 58–64) • Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> • Compliance (S. 41–44) • Lieferantenmanagement (S. 58–64) • Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016	412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	Alle Betriebsstätten der Telefónica Deutschland Gruppe und deren Tochtergesellschaften befinden sich in Deutschland. 2020 führte die Telefónica Deutschland Gruppe eine menschenrechtliche Risikoanalyse zur Produktgruppe „Services & Works“ durch. Dabei wurden potenzielle Risiken in der Lieferkette erkannt und Überprüfungs- bzw. Handlungsmaßnahmen definiert. Zudem führten wir zur Bewertung von Auswirkungen auf die Telefónica Deutschland Gruppe durch mögliche menschenrechtliche Verstöße im eigenen	Gesamtzahl und Prozentsatz der Betriebsstätten, die auf Einhaltung der Menschenrechte geprüft wurden, werden nicht angegeben, da die Prüfung prozessbezogen und nicht standortbezogen durchgeführt wurde.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
		Geschäftsbetrieb eine Risikoanalyse durch. Wir haben uns risikobasiert die wichtigsten Geschäftsprozesse angeschaut, bei denen menschenrechtliche Risiken typischerweise auftreten. Es konnten keine wesentlichen Risiken für die Telefónica Deutschland Gruppe und deren Tochtergesellschaften ermittelt werden.		
412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	<p>Unsere Schulung zu den Geschäftsgrundsätzen beinhaltet Menschenrechtsthemen und muss von jedem Mitarbeitenden verpflichtend alle drei Jahre absolviert werden. Die Telefónica Deutschland Gruppe berichtet Anzahl und Anteil der Mitarbeitenden und Direktoren, die zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult wurden. Eine Schulung dauert 60 Minuten, die Schulungsstunden von 2018–2020 betragen insgesamt 7.390 Stunden. (s. Kennzahlentabelle (S. 141))</p> <p>Nach Trainingsabschluss wird im System ein elektronisches Zertifikat für die erfolgreiche Teilnahme hinterlegt. Der aktuelle Stand der Trainingsquoten wird einmal pro Quartal an das Audit Committee als Teilgremium des Aufsichtsrats berichtet.</p> <p>Zusätzlich fanden Online-Workshops (ca. 90 Minuten) zu Menschenrechten für bestimmte Berufsgruppen/Themenbereiche wie Legal, Compliance, Networks, künstliche Intelligenz, Government Relations und Corporate Responsibility statt.</p>		<p>1 Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.</p> <p>2 Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.</p>
412-3	Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden	<ul style="list-style-type: none"> • Lieferantenmanagement (S. 59 f.) • Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 67) <p>Unsere Lieferanten akzeptieren die Supply Chain Sustainability Policy, die Menschenrechtsaspekte beinhaltet. Darüber hinaus sind keine spezifischen Klauseln für Menschenrechte in Verträge integriert.</p>		
LOKALE GEMEINSCHAFTEN				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Inklusion (S. 86–91) • für Maßnahmen im Kinder- und Jugendbereich siehe Kinder- und Jugendschutz (S. 98 f.) 	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

GRI 102-55; 201-1

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Digitale Inklusion (S. 86–91) für Maßnahmen im Kinder- und Jugendbereich siehe Kinder- und Jugendschutz (S. 98–99) 	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016	413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	<ul style="list-style-type: none"> Digitale Inklusion (S. 86–91) Arbeitgeber (Volunteering, S. 53) <p>Unsere Programme werden bundesweit verteilt ausgerollt.</p>	
	413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	<ul style="list-style-type: none"> Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen (S. 74–76) 	
SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	<p>1 Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.</p> <p>2 Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.</p>
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Lieferantenmanagement (S. 58–64) Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Lieferantenmanagement (S. 58–64) Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht (S. 65–71) 	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	<ul style="list-style-type: none"> Lieferantenmanagement (S. 60) <p>Neue Lieferanten müssen die globale Supply Chain Sustainability Policy, die auch soziale Mindestanforderungen beinhaltet, im Lieferantenregistrierungsportal akzeptieren. Die Telefónica Deutschland Gruppe erhält dadurch Informationen zum Stand sozialer Kriterien von 100 % der neuen Lieferanten.</p>	
	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> Lieferantenmanagement (S. 63) <p>Es wurden keine erheblichen tatsächlichen oder potenziell negativen sozialen Auswirkungen bei einzelnen Lieferanten ermittelt.</p>	
POLITISCHE EINFLUSSNAHME				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Compliance (S. 41–44) 	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016	415-1	Parteispenden	<ul style="list-style-type: none"> Kennzahlentabelle Compliance (S. 141) 	<p>10 Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.</p>

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS-BEGRÜNDUNG	UNGC-PRINZIPIEN
KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97) für Prozesse und Maßnahmen im Kinder- und Jugendbereich siehe Kinder- und Jugendschutz (S. 98–99) Mobilfunk und Gesundheit (S. 116–118) Digitale Inklusion (S. 86–91) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97) für Prozesse und Maßnahmen im Kinder- und Jugendbereich siehe Kinder- und Jugendschutz (S. 98–99) Mobilfunk und Gesundheit (S. 116–118) Digitale Inklusion (S. 86–91) 	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	<ul style="list-style-type: none"> Mobilfunk und Gesundheit (S. 116–118) <p>An allen Sendemasten wird durch die Bundesnetzagentur die Einhaltung der Grenzwerte überprüft. Weitere Informationen stehen auf der Website der Telefónica Deutschland Gruppe zur Verfügung, unter anderem eine aktuelle Liste der Mobiltelefon-SAR-Werte.</p>	
	416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten	Keine	
MARKETING UND KENNZEICHNUNG				
GRI 103: Management-ansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.) 	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	<ul style="list-style-type: none"> Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97) Für Prozesse und Maßnahmen im Kinder- und Jugendbereich siehe Kinder- und Jugendschutz (S. 98 f.) Kundenzufriedenheit (S. 32–36) 	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	<ul style="list-style-type: none"> Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97) Für Prozesse und Maßnahmen im Kinder- und Jugendbereich siehe Kinder- und Jugendschutz (S. 98 f.) Kundenzufriedenheit (S. 32–36) 	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	<ul style="list-style-type: none"> Kinder- und Jugendschutz (S. 98 f.) 	Weitere Details nicht zutreffend für Telekommunikationsprodukte/-services
	417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	2020 gab es keine Klageverfahren.	Weitere Details nicht zutreffend für Telekommunikationsprodukte/-services

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

GRI-STANDARD	ANGABE	VERWEIS & KOMMENTAR	AUSLASSUNGS- BEGRÜNDUNG	UNGC- PRINZIPIEN
	417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	• Kennzahlentabelle Compliance, 4 begründete Einwände gegen Werbeverhalten (S. 141)	Weitere Details nicht zutreffend für Telekommunikationsprodukte/-services
SCHUTZ DER KUNDENDATEN				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Datenschutz und Informationssicherheit (S. 93–97)	
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016	418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	• Datenschutz und Informationssicherheit (S. 95)	
SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE				
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	• Wesentlichkeit nach GRI (S. 120 f.)	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	• Compliance (S. 41–44)	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	• Compliance (S. 41–44)	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016	419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	2020 wurden keine Verfahren aufgrund der Verletzung gegen die Verordnung über das Nachweisverfahren zur Begrenzung elektromagnetischer Felder (BEMFV) eingeleitet. Daher gab es im Berichtsjahr auch keine Bußgeldbescheide.	

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index und Global-Compact- Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der Wirtschaftsprüfenden

7.6 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 die „Gesellschaft“), für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 (im Folgenden der „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 die „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.

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 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index und Global-Compact- Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der Wirtschaftsprüfer

7.6 Impressum

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 Mitarbeitender, die in die Aufstellung des Berichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Bericht
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben im Bericht unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien
- Analytische Beurteilung von ausgewählten Angaben des Berichts
- Einsichtnahme in ergänzende Unterlagen und unterstützende Systeme
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- Beurteilung der Darstellung ausgewählter Angaben im Bericht
- 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 2020 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 7. Mai 2021

PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad
Wirtschaftsprüfer

ppa. Theres Schäfer
Wirtschaftsprüferin

7.0 Daten und Fakten

7.1 Kennzahlentabelle

7.2 Auszeichnungen

7.3 Mitgliedschaften

7.4 GRI-Content-Index
und Global-Compact-
Fortschrittsbericht

7.5 Vermerk der
Wirtschaftsprüfenden

7.6 Impressum

Impressum

An diesem Corporate Responsibility Report 2020 haben zahlreiche Mitarbeitende der Telefónica Deutschland Gruppe mitgewirkt. Wir freuen uns auf Ihr Feedback und Kontaktaufnahme.

Kontakt Corporate Responsibility

E-Mail: cr-de@telefonica.com
www.telefonica.de/verantwortung

Kontakt Investor Relations

E-Mail institutionelle Investoren:
ir-deutschland@telefonica.com
E-Mail Privatinvestoren:
shareholder-deutschland@telefonica.com
www.telefonica.de/ir

Social Media



www.youtube.com/telefonicadeutschland
www.youtube.com/o2de



www.twitter.com/telefonica_de



www.linkedin.com/company/telefonica-germany

Bildnachweise

Brand Bildpool, Zero Creatives: S. 01, Westend61: S. 04/75, Tom Merton: S. 04, Laflor: S. 11, Alistair Berg: S. 11, Hero Images: S. 15/74/97, Jacoblund: S. 35, Ridofranz: S. 37, Peopleimages: S. 41, Caiaimage/Martin Barraud: S. 42, Clerkenwell: S. 46, Maskot: S. 49/63, MStudioImages: S. 53, Hoxton/Tom Merton: S. 62/114, Drazen: S. 65, Monty Rakusen: S. 78/101, Gen Sadakane/EyeEm: S. 81, Klaus Vedfelt: S. 83, Fuse: S. 89, Jetta Productions Inc: S. 94, Soren Hald: S. 98, Wavebreakmedia Ltd: S. 99, Ilya Terentyev: S. 102, Pixelfit: S. 117, Caiaimage/Sam Edwards: S. 119, Les and Dave Jacobs: S. 119, Wecand: S. 125, Maxiphoto: S. 139, Mint Images: S. 139, Adobe Stock, Mediteraneo: S. 01, Nikolai: S. 77/80; Dominik Gierke: S. 05; Florian Schuberth: S. 09; Henrik Andree: S. 24/26/91; Tobias Koch: S. 25; Telefónica Intranet: S. 27; Max Kissler: S. 38; Maximilian Ostermeier/Thekengold GmbH: S. 84; Fernanda Vilela: S. 86; Falco Peters Photography: S. 87; Stories Unlimited: S. 88; Screenshot aus der Veranstaltung Data Debates #17: S. 90; Dominik Gigler: S. 113; RECUP: S. 115; Henning Koepke/Telefónica Deutschland Gruppe: S. 118

Herausgeber

Telefónica Deutschland Holding AG
Valentina Daiber
Chief Officer Legal & Corporate Affairs
Mitglied des Vorstands
Georg-Brauchle-Ring 50
80992 München
Tel.: +49 89 2442 0
www.telefonica.de

Verantwortlich für den Inhalt

Claudia von Bothmer

Projektleitung

Melanie Borsos

Projektmanagement

Joachim Sandt | Dr. Markus Sardison | Yvonne Czennia

Konzeption, Redaktion und Umsetzung

Scholz & Friends Reputation, Berlin

Layoutkonzept und -umsetzung

heureka, Essen

Veröffentlichung

Mai 2021 – alle Zahlen wurden, sofern nicht anders gekennzeichnet, zum 31. Dezember 2020 erhoben. Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Die deutsche Ausgabe ist im Zweifel verbindlich.

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika dar. Wertpapiere dürfen bei fehlender Registrierung nach dem US Securities Act von 1933 in geänderter Fassung oder bei fehlenden Ausnahmen nach dem Gesetz nicht in den Vereinigten Staaten von Amerika angeboten oder verkauft werden. Der Emittent hat weder Wertpapiere nach dem US Securities Act von 1933 in geänderter Fassung registriert noch beabsichtigt er eine solche Registrierung oder das Angebot von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Die in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, in Kanada, Australien, Südafrika oder Japan bestimmt.

Der CR-Report ist online verfügbar unter
www.telefonica.de/cr-report

Der gesonderte zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht ist online verfügbar unter
www.telefonica.de/nfe