



# Menschen verbinden

Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv



# Inhalt

## **Menschen verbinden**

### **Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

- 1.1 Über diesen Bericht
- 1.2 Vorwort
- 1.3 Unternehmensporträt
- 1.4 Business-Strategie
- 1.5 Responsible Business Plan 2025

## **Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

- 2.1 Governance
- 2.2 Transparenz und Dialog
- 2.3 Compliance und ethische Prinzipien
- 2.4 Datenschutz und Informationssicherheit
- 2.5 Lieferkettenmanagement
- 2.6 Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten

## **Kund:innen und Geschäftspartner**

- 3.1 Produkt- und Serviceerlebnis
- 3.2 Netzqualität und -abdeckung
- 3.3 Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

## **Mitarbeiter:innen**

- 4.1 Gestaltung des Arbeitsumfelds
- 4.2 Arbeitsbefähigung für die Zukunft

## **Klima und Umwelt**

- 5.1 Energie und CO<sub>2</sub>
- 5.2 Circular Economy

## **Gesellschaft und digitale Inklusion**

- 6.1 Digitale Kompetenzen
- 6.2 Digitaler Zugang

## **Daten und Fakten**

- 7.1 Responsible Business Plan 2025: Status 2021
- 7.2 Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele 2022
- 7.3 Kennzahlentabelle
- 7.4 Rahmenwerke
- 7.5 Mitgliedschaften
- 7.6 Relevante Preise und Auszeichnungen 2021
- 7.7 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers
- 7.8 Impressum



## Menschen verbinden Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

# 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:innen wie Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner, Investor:innen, politische Entscheidungsträger:innen, 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 2021. 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 2021. Dabei werden alle Gesellschaften berücksichtigt, die zu 100% der Telefónica Germany GmbH & Co OHG zugehörig sind. Davon abweichende Kennzahlen sind entsprechend gekennzeichnet.

Redaktionsschluss des CR-Reports ist der 30. März 2022. Der vorliegende Bericht wurde im Mai 2022 in deutscher und englischer Sprache auf der Webseite [www.telefonica.de/nachhaltigkeit](http://www.telefonica.de/nachhaltigkeit) veröffentlicht.

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

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wird nach den GRI-Standards (Option „Umfassend“) verfasst (siehe [GRI-Content-Index](#) und [Global-Compact-Fortschrittsbericht](#)), orientiert sich an den Rahmen-

werken des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) (siehe [Kapitel „Rahmenwerke“](#) und [SASB-Index](#)) und den Vorgaben der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) (siehe [Kapitel „Energie und CO<sub>2</sub>“](#) und [TCFD-Index](#)). Zudem bereiten wir uns auf die Anforderungen gemäß des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes vor und berichten zu unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht. Weiter berichten wir seit 2020 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. Seit diesem Jahr berichten wir erstmals zu dem CDR-Kodex der [Corporate Digital Responsibility Initiative](#), die 2018 vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) gemeinsam mit Unternehmen gestartet wurde. Mit der Umsetzung unseres Responsible Business Plans 2025 unterstützen wir ebenfalls aktiv die Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) der UN.

Die Auswahl der Berichtsinhalte basiert auf dem Wesentlichkeitsprinzip und bezieht die entscheidenden Erwartungen unserer Stakeholder:innen, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit sowie unternehmensstrategische Entscheidungen mit ein. Das Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse 2020 wurde 2021 aktualisiert und dient als Basis für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der CR-Report 2021 umfasst die Kapitel „Prinzipien nachhaltiger Unternehmensführung“, „Kund:innen und Geschäftspartner“, „Mitarbeiter:innen“, „Klima und Umwelt“ sowie „Gesellschaft und digitale Inklusion“, in denen wir Auskunft zu CR-Strategie, Maßnahmen, Ergebnissen und Zielen sowie

Herausforderungen geben. Im Kapitel „Daten und Fakten“ sind alle relevanten Kennzahlen aufgeführt und es wird dargelegt, wie wir unsere CR-Leistung kontinuierlich auswerten. Abschließend stellen wir die Rahmenwerke dar, die wir bei der Ausrichtung unserer CR-Strategie und in unserem Reporting berücksichtigen. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde von der externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) nach dem ISAE 3000 (revised) Standard mit „limited assurance“ in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien geprüft. Die Energie- und CO<sub>2</sub>-Daten sowie Berechnungen sind zudem von der spanischen Normungs- und Zertifizierungsgesellschaft AENOR INTERNACIONAL, S.A.U. verifiziert.

## Berichtsformate, Berichtszyklus und Ansprechpartner

Unser CR-Report erscheint jährlich. Mit Hinweisen und Rückfragen können Leser:innen das Corporate Responsibility & Sustainability Team unter [cr-de@telefonica.com](mailto:cr-de@telefonica.com) kontaktieren.

Für den gesonderten zusammengefassten nicht-finanziellen Bericht verweisen wir auf unseren nichtfinanziellen Bericht, der seit dem 2. März 2022 unter [www.telefonica.de/nfe](http://www.telefonica.de/nfe) zugänglich ist. Wir nutzen diesen nichtfinanziellen Bericht, um unseren regulatorischen Informations- und Berichtspflichten gemäß der Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 (im folgenden EU-Taxonomieverordnung) nachzukommen.

Den Geschäftsbericht für das Jahr 2021 finden Sie unter folgender Webadresse: [www.telefonica.de/geschaeftsbericht](http://www.telefonica.de/geschaeftsbericht)



**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** 102-14

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 7, 8, 9, 10

# Liebe Leser:innen,

die Telefónica Deutschland Gruppe verbindet rund 46 Mio. Menschen in ganz Deutschland. Dadurch stehen wir in einer besonderen Verantwortung für einen fairen und respektvollen Umgang in der digitalen Welt. Wir wollen die nachhaltige und integrative Digitalisierung unserer Gesellschaft und Wirtschaft vorantreiben. Dabei ist der Mensch die oberste ethische Instanz. Als eines der ersten Unternehmen Deutschlands haben wir deshalb den Kodex für Corporate Digital Responsibility der Bundesregierung unterzeichnet. Dadurch setzen wir ein klares Zeichen für digitale Unternehmensverantwortung.

„Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für uns alle zu schaffen.“ So lautet unser Unternehmenszweck, der Kern unseres Handelns ist. Unabhängig von Ort, Alter, finanziellen Möglichkeiten oder Bildung soll jede:r an Kommunikation und digitalen Errungenschaften teilhaben können. Wir versorgen inzwischen rund 30% der deutschen Bevölkerung mit 5G, bis Ende 2022 werden es 50% sein. Ende 2025 wird das 5G-Netz im ganzen Land zur Verfügung stehen. Mit unserem Netzausbau, günstigen 5G-Tarifen sowie großen Datenpaketen tragen wir dazu bei, einen Zugang zu digitaler Hightech-Kommunikation für alle Menschen zu ermöglichen. 2021 haben wir mit unseren Programmen „WAKE UP!“ und „Digital mobil im Alter“ für digitale Kompetenzen rund 6,5 Mio. Menschen erreicht. Wir haben Senior:innen bei den ersten Schritten in der digitalen Welt begleitet und Jugendliche im Umgang mit Cybermobbing unterstützt.

Die Menschen können sich auch in Krisenzeiten auf uns und unser Netz verlassen. Die COVID-19-Pandemie zeigt, welche zentrale Rolle Telekommunikation für unsere Gesellschaft und Wirtschaft spielt. Digitale Lösungen werden noch stärker für Arbeit, Freizeit, Dienstleistungen und Einkäufe genutzt, was Menschen und Organisationen hilft, besser durch die Krise zu kommen. Gerade die Konnektivität hat sich hier als ein wichtiger Bestandteil eines funktionierenden Alltags erwiesen. Das O<sub>2</sub>-Netz bewältigte mit mehr als zwei Milliarden Gigabyte im zweiten Jahr der Pandemie

das größte Datenvolumen aller deutschen Mobilfunknetze. Unsere Mitarbeiter:innen standen auch in diesen herausfordernden Zeiten Privat- und Geschäftskund:innen verlässlich zur Seite. Die Flutkatastrophe im Westen Deutschlands führte im Sommer zu Ausfällen und Unterbrechungen der Energieversorgung. Techniker:innen und Netzdienstleister unseres Unternehmens waren für den Wiederaufbau der Mobilfunkversorgung im Sondereinsatz, um den Betroffenen schnell wieder die Kommunikation mit der Außenwelt zu ermöglichen.



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

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



**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** 102-14

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 7, 8, 9, 10

Als Unternehmen und Arbeitgeber mit mehr als 7.400 Mitarbeiter:innen haben wir eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung für Chancengleichheit. Für unser Engagement bei Gleichberechtigung und Inklusion wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet. 2021 sind wir zum dritten Mal in Folge in den viel beachteten Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) aufgenommen worden.

Auch die Übernahme von Verantwortung für die Umwelt gehört zum Grundverständnis der Telefónica Deutschland Gruppe. Wir zählen laut Capital-Ranking zu den Top 5 der klimabewussten Unternehmen in Deutschland und belegen den ersten Platz unter den Telekommunikationsunternehmen<sup>1</sup>. Wir haben uns weiter das Ziel gesetzt, bis 2025 „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen“ zu erreichen. Das bedeutet für uns konkret, dass wir spätestens ab dann keine unternehmenseigenen Treibhausgasemissionen mehr verursachen werden. Wir setzen auf verschiedene Bausteine, um Energie einzusparen und Treibhausgasemissionen zu reduzieren: Wir investieren in energieeffiziente Technik, nutzen erneuerbare Energien und fördern eine schadstoffarme Mobilität. Unser neues Circular-Economy-Konzept erweitert unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft.

Mit diesen Schritten wollen wir unsere Umweltbilanz verbessern, nachhaltig wirtschaften und unsere Wettbewerbsfähigkeit sichern. In den für uns wichtigsten Ratings, die die Kriterien der Bereiche Environment, Social und Governance (ESG) berücksichtigen, erreichen wir gute bis zunehmend sehr gute Bewertungen. Das betrifft u. a. die Ratings von Sustainalytics, MSCI und ISS oekom sowie Bloomberg GEI.

**„Wir nähern uns dem Thema aus dem Gedanken heraus, dass Technologie dem Menschen dienen muss und nicht umgekehrt. Der Mensch ist oberste ethische Instanz.“**

**Valentina Daiber** Chief Officer Legal & Corporate Affairs  
Mitglied des Vorstands der Telefónica Deutschland Holding AG



Als Mitglied des United Nations Global Compact (UNGC) 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. Das Nachhaltigkeitsmanagement ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Der Responsible Business Plan 2025 ist dabei unser Steuerungsinstrument und benennt konkrete Ziele, an denen wir uns messen lassen. Wir leben in einer Zeit großer Veränderungen. Auf dem Weg in die digitale Zukunft setzen wir auf die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Ihnen: getreu dem Motto „Digital vernetzt – nachhaltig verbunden“.

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

**Valentina Daiber**  
Chief Officer Legal & Corporate Affairs  
Mitglied des Vorstands  
der Telefónica Deutschland  
Holding AG

<sup>1</sup> Quelle: [www.capital.de/wirtschaft-politik/deutschlands-klimabewusste-unternehmen-2022](http://www.capital.de/wirtschaft-politik/deutschlands-klimabewusste-unternehmen-2022)



**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

# Telefónica Deutschland im Porträt

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist einer der drei 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 45,7 Mio. Mobilfunkanschlüssen zum 31. Dezember 2021 ein führender Anbieter in diesem Markt. Im Jahr 2021 bildeten die Mobilfunkdienste mit 5.492 Mio. EUR den wichtigsten Umsatzstrom für die Telefónica Deutschland Gruppe (70,7 % 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 Mobilfunk-Netzwerk.

Ergänzend zu unseren Mobilfunkdiensten bieten wir bundesweit Festnetzdienste an. Unsere Festnetz-Kundenbasis betrug zum Jahresende 2021 rund 2,3 Mio. Wir nutzen zudem viele Wege, um eine große Vielfalt an Endgeräten an unsere Kund:innen und zum Teil auch an unsere Partner zu vertreiben. Großes Potenzial sieht die Telefónica Deutschland Gruppe auch in der intelligenten Bündelung von Mobilfunkprodukten, Mobilfunk

mit Internet zu Hause, sowie mit anderen Diensten wie O<sub>2</sub> TV oder O<sub>2</sub> Cloud. Durch das DSL-Angebot, den Zugang zu einem deutschlandweiten Kabelnetz, zu Glasfaser und über das leistungsstarke Mobilfunknetz entsteht für jede:n Kund:in das passende Angebot für das Internet zu Hause. Als Teil der Telefónica, S.A. Group kann die Telefónica Deutschland Gruppe außerdem ihren Industriekunden ein vielfältiges Angebot aus Cloud-Diensten, IoT und Cybersicherheit machen.

Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete die Telefónica Deutschland Gruppe einen kombinierten Umsatz von 7.765 Mio. EUR (2020: 7.532 Mio. EUR) und beschäftigte insgesamt 7.416 Mitarbeiter:innen<sup>1</sup> (2020: 8.196 Mitarbeiter:innen<sup>2</sup>).

## Vielfältige Mehrmarkenstrategie zur Erfüllung aller Kundenwünsche

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor unseres Marketing- und Vertriebsansatzes ist unsere Mehrmarkenstrategie. Mit unserer Kernmarke O<sub>2</sub> 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.



<sup>1</sup> Die Summe der Mitarbeiter:innen (Kopfzahl) basiert auf aktiven und inaktiven Festangestellten und Aushilfen (inkl. Werkstudent:innen) unabhängig von der Befristung. Die Holding, Auszubildende, Praktikant:innen, Diplomand:innen sind exkludiert. Gesamtbelegschaft inkl. 50% der Mitarbeiter:innen aus Tchibo-Joint-Venture.

<sup>2</sup> Der Rückgang der Mitarbeiterzahlen um 9,5% im Berichtsjahr ist hauptsächlich durch den Verkauf von zwei Customer-Service-Gesellschaften bedingt. Rückwirkend zum 1. Januar 2021 ist der Betrieb Potsdam auf die TFS Potsdam GmbH abgespalten worden. Im Anschluss wurden die TGCS Essen & Potsdam GmbH und die TGCS Berlin GmbH an einen externen Käufer – die Transcom WorldWide GmbH – verkauft. Mit dem Verkauf hat die Telefónica Deutschland Gruppe die Zahl der eigenen Call-Center von sieben auf fünf reduziert.



**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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 O<sub>2</sub> 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 Holding AG ist eine Aktiengesellschaft (AG) deutschen Rechts mit Sitz in München, Deutschland.

Die Telefónica Deutschland Holding AG ist die Obergesellschaft der Telefónica Deutschland

Gruppe. Diese wird in den Konzernabschluss der obersten Konzernmuttergesellschaft, der Telefónica, S.A., Madrid, Spanien (Telefónica, S.A.; deren Konzern: Telefónica, S.A. Group), einbezogen. Die direkte Muttergesellschaft der Telefónica Deutschland Gruppe ist die Telefónica Germany Holdings Limited, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der O<sub>2</sub> (Europe) Limited, Slough, Vereinigtes Königreich (O<sub>2</sub> (Europe) Limited), und eine mittelbare Tochtergesellschaft der Telefónica, S.A.

**Unsere Marken**



<sup>1</sup> Lebara wird neuer Wholesale-Partner der Telefónica Deutschland Gruppe. Der Wechsel der Lebara-Kund:innen auf das Netz der Telefónica Deutschland Gruppe soll im Laufe des Jahres 2022 erfolgen.



## Menschen verbinden Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

# Business-Strategie

## Wir demokratisieren High-Tech

Die Telefónica Deutschland Gruppe macht neueste Technologie massenmarktfähig und demokratisiert damit High-Tech. Mittels 48 Mio. Anschlüssen sind Menschen im gesamten Bundesgebiet durch das Unternehmen verbunden. Über ihre 45,7 Mio. Anschlüsse im Mobilfunk verbindet die Telefónica Deutschland Gruppe Millionen von Menschen über Mobilfunk in Deutschland. Rechnerisch nutzt jede:r zweite Deutsche das O<sub>2</sub> Netz.

Die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, dass die Infrastruktur und Dienstleistungen von Telekommunikationsanbietern gerade in Digitalisierungszeiten systemrelevant sind. Diese haben spätestens mit Beginn der Pandemie eine zunehmende Anerkennung und Bedeutung in der Politik und bei den Bürger:innen erhalten. Die Telefónica Deutschland Gruppe hat die Menschen in Deutschland verbunden, als Abstand das Gebot der Stunde war, und hält u. a. Teile der Wirtschaft mit ihrer Vernetzung aus dem Homeoffice am Laufen.

Grundlage für die digitale Teilhabe aller Menschen sind leistungsfähige Telekommunikationsnetze. Die Telefónica Deutschland Gruppe bietet als integrierter Telekommunikationsanbieter sowohl Mobilfunk- als auch Festnetzlösungen an. Dabei greift das Unternehmen bundesweit auf ein eigenes Mobilfunknetz zurück. Die Festnetzzugänge stehen den Kund:innen im Rahmen von partnerschaftlichen Kooperationen zur Verfügung. Damit kann das Unternehmen die bundesweit vielfältigen und modernen Zugänge zu schnellen Breitbandanschlüssen anbieten und hat ein breites und in Summe geografisch weitreichendes Angebot in Deutschland.

Während die Telefónica Deutschland Gruppe ihr 4G- und 5G-Mobilfunknetz selbst ausbaut und betreibt, setzen wir im Festnetzgeschäft auf starke Partnerschaften. Über die Infrastruktur der Deutschen Telekom können wir unseren Kund:innen DSL und perspektivisch Glasfaser anbieten. Über die Kooperation mit Vodafone und Tele Columbus stellen wir unseren Kund:innen Internet über Breitbandkabel zur Verfügung. Hinzu kommt die Abdeckung, die wir über regionale Netzbetreiber wie EWE TEL und wilhelm.tel (Glasfaser) oder das Joint Venture Unsere Grüne Glasfaser (UGG) erzielen.

## 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. Während wir deutlich stärkeren Fokus auf den 5G-Ausbau und die technologische Transformation des Netzes legen, investieren wir weiter in den Ausbau unseres LTE-Netzes, welches Millionen Kund:innen weiterhin täglich nutzen. Auch 2022 treiben wir den LTE-Netzausbau insbesondere in ländlichen Gebieten weiter voran.

Um unsere Position auf dem deutschen Markt für mobile Telekommunikationsdienstleistungen vollständig auszunutzen und zusätzliche Wachstumschancen zu monetarisieren, haben wir innovative digitale Produkte und Mehrwertdienstleistungen in verschiedenen Bereichen wie Kommunikationsdienstleistungen oder Finanzdienstleistungen eingeführt. Wir erschließen auch neue digitale Marktsegmente wie IoT für all unsere Kundengruppen. Wir treiben konsequent die digitale Transformation

unseres Unternehmens und die damit verbundene Prozessoptimierung voran. Zum einen wird dadurch die Interaktion mit den Kund:innen einfacher und intuitiver, da Kund:innen z. B. intuitive Selfcare-Angebote nutzen oder schneller das gewünschte Produkt identifizieren und kaufen können. Zum anderen nutzen wir die digitale Transformation zur Verringerung, Vereinfachung und Automatisierung unserer Prozesse. Wir wollen insgesamt ein einheitliches Kundenerlebnis über alle Kontaktpunkte hinweg schaffen.

## Konsequente Wachstumsstrategie für die Zukunft

Die Telefónica Deutschland Gruppe verfolgt konsequent eine profitable Wachstumsstrategie, welche das Ziel verfolgt, zwischen 2020 und 2022 ein kumuliertes Umsatzwachstum von mindestens 5% zu erreichen. Um die Strategie „Investment for Growth“ erfolgreich umzusetzen, hat das Unternehmen eine Vielzahl von Maßnahmen definiert, welche sich in drei Bereiche gliedern.

Erstens soll insbesondere das Mobilfunkgeschäft weiterwachsen. Hier sieht das Unternehmen vor allem Potenzial im ländlichen Raum. Basis für den Erfolg ist dabei die Qualität des Mobilfunknetzes. Um die Wachstumschancen voll auszuschöpfen, wird die Telefónica Deutschland Gruppe ihr netzorientiertes Investitionsprogramm weiter fortsetzen und zielt 2021 auf die verbesserte Versorgung von ländlichen Gebieten vor allem mit 4G und eine Kapazitätserhöhung in Städten vorzugsweise durch 5G ab. Auch 2022 soll der 5G-Ausbau weiter vorangetrieben werden, sowohl im städtischen als auch im ländlichen Bereich. Zweitens wird auf Basis der deutlich verbesserten Infrastruktur verstärkt



## Menschen verbinden Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

auf die Gewinnung von Geschäftskund:innen gesetzt. Hier soll ein fairer Marktanteil im KMU-Segment erzielt werden. Schon heute bietet das Unternehmen ein erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis im Markt sowie einen vielfach ausgezeichneten Service. Wachstumspotenziale sieht das Unternehmen bei Vernetzungsmöglichkeiten und 5G-Campusnetzen sowie insbesondere im Mittelstandssegment. Der dritte Schwerpunkt der Strategie ist die intelligente Kopplung von Mobilfunkprodukten mit anderen digitalen Diensten wie O<sub>2</sub> Cloud oder O<sub>2</sub> TV. So kann nicht nur der Umsatz pro Haushalt durch den Vertrieb weiterer Produkte gesteigert, sondern gleichzeitig auch die Kundenbindung verbessert werden.

2022 wird die Telefónica Deutschland Gruppe auf dem anhaltenden operativen und finanziellen Momentum des Geschäftsjahres 2021 aufbauen und dabei die fokussierte Umsetzung und die Erfolge der ersten beiden Jahre des Programms nutzen, insbesondere die Netzqualität auf Augenhöhe mit dem Wettbewerb. Im renommierten Test des connect-Magazins wurde das O<sub>2</sub> Netz erneut mit „sehr gut“ (874 Punkte) ausgezeichnet und erzielte trotz verschärfter Testkriterien somit das beste Ergebnis in der Geschichte der Telefónica Deutschland Gruppe. Im Rahmen des connect Mobilfunk-Netztests, Heft 1/2022, wurde dabei insgesamt dreimal die Note „sehr gut“ vergeben (944, 913 und 874 Punkte)<sup>1</sup>. Diese Auszeichnung ist das Ergebnis der konsequenten Netzausbaustrategie des Unternehmens mit Fokus auf einem schnellen 5G-Netz, die ebenfalls die weiterhin historisch niedrigen Abwanderungsraten der Marke O<sub>2</sub> unterstützt.

Gleichzeitig wird die Telefónica Deutschland Gruppe den eingeschlagenen Weg der digitalen Transformation weiterverfolgen, um Umsatzsteigerungen sowie Effizienzgewinne zu erzielen. Dabei setzt die Telefónica Deutschland Gruppe auf nach-

haltiges Wachstum und hat sich im Rahmen der ESG-Ziele verpflichtet, bis 2025 Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erreichen. Schon heute stammen 100% des Stroms, den die Telefónica Deutschland Gruppe einsetzt, aus erneuerbaren Quellen.

## Enge Verzahnung von Business und Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeit ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für das Geschäftsmodell und seit 2005 fester Bestandteil der DNA der Telefónica Deutschland Gruppe. Unser Purpose „Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für uns alle zu schaffen“ bildet den Kern unseres Handelns. Das „nachhaltig“ im Purpose steht dabei für die zunehmende Bedeutung, die Vernetzung und Hochgeschwindigkeitsnetze für eine nachhaltige Gestaltung von Leben und Arbeiten haben werden. Netzleistung ist eine Grundvoraussetzung für die Bewältigung der Klimakrise. Sie ermöglicht smarte Städte, smarte Mobilitätslösungen und „Smart Grids“ in der Energieversorgung, Share Economy sowie umweltfreundlichere Produktionsprozesse. Wir wollen dazu beitragen, dass Deutschland und Europa eine führende Rolle bei der Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft spielen können. Dazu zählt auch, Verantwortung zu übernehmen und bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf das Individuum, die Gesellschaft und die Umwelt im Blick zu behalten.

Wir integrieren Nachhaltigkeit daher über feste Strukturen in unsere Geschäftsprozesse, um unser Unternehmen zukunftsorientiert aufzustellen. Mit dem Responsible Business Plan 2025 steuern wir aktiv das Nachhaltigkeitsengagement. Unser klares Bekenntnis zu nachhaltigem Wirtschaften im Sinne unseres Kerngeschäfts zahlt zudem positiv auf die

Reputation der Telefónica Deutschland Gruppe ein, trägt zur Minimierung von Geschäftsrisiken bei und leistet einen positiven Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Über die reinen Anschlussleistungen hinaus übernimmt die Telefónica Deutschland Gruppe somit Verantwortung und misst sich an ambitionierten Nachhaltigkeitszielen, die u. a. in Kapitel „Transparenz und Dialog“ aufgeführt sind.





**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** 103-1 (alle wesentlichen Themen);  
GRI 102-11; 102-15; 102-46; 102-47; 102-49

# Responsible Business Plan 2025

## Umfassende Nachhaltigkeitsstrategie dient als Kompass

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. Dies wollen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen sicherstellen. Wir entwickeln unsere CR-Strategie kontinuierlich weiter, damit sie den sich verändernden Erwartungen unserer Stakeholder:innen, zunehmender externer Regulierung und unserem eigenen Anspruch als verantwortungsvoll handelndem Unternehmen gerecht wird.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist bereits seit 2005 fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir integrieren gezielt Nachhaltigkeitsaspekte in unsere Geschäftsprozesse, um unser Unternehmen zukunftsfähig zu machen. Wir berichten transparent und offen über unsere Geschäftstätigkeit und binden die Erwartungen unserer Stakeholder:innen und zunehmende Regulierungsanforderungen in unsere Geschäftsprozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein. Unsere CR-Strategie ist somit eng mit unserer Geschäftsstrategie verzahnt.

## Der Responsible Business Plan 2025: Zentrales Steuerungstool

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Telefónica Deutschland Gruppe wird über den Responsible Business Plan 2025 (RBP) „Digital. Nachhaltig. Vernetzt.“ gesteuert und ist auf das Erreichen verschiedener Nachhaltigkeitsziele ausgerichtet.

Der RBP bildet den Rahmen für die Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten der Fachbereiche und Unternehmensstandorte und schafft eine Grundlage, um nachhaltige Digitalisierung weiter voranzutreiben sowie unser Nachhaltigkeitsmanagement effizient zu steuern.

Mit dem RBP 2025 wollen wir auch in der Zukunft die nachhaltige Digitalisierung und die Transformation unserer Wirtschaft und Gesellschaft verantwortungsbewusst gestalten. Dieses Ziel verfolgen wir mit klar definierten Commitments in 5 Themenfeldern:

- 1. Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung:** Unser Geschäft als Digitalunternehmen beruht auf den Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung, die wir in allen Geschäftsprozessen konsequent und systematisch umsetzen.
- 2. Mitarbeiter:innen:** Wir treiben als attraktiver Arbeitgeber die digitale Arbeitswelt von morgen voran.

- 3. Kund:innen und Geschäftspartner:** Wir bieten unseren Kund:innen Produkte und Services, die einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen.
- 4. Umwelt und Klima:** Wir bieten das grünste Netz für unsere Kund:innen.
- 5. Gesellschaft und digitale Inklusion:** Wir ermöglichen die Teilhabe an der digitalisierten Welt, indem wir Zugang geben und Fähigkeiten vermitteln.



**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 103-1 (alle wesentlichen Themen);  
GRI 102-11; 102-15; 102-46; 102-47; 102-49

Pro Themenfeld haben wir uns dabei bestimmte Schwerpunktfelder gesetzt, welche sich in definierten Maßnahmen und Jahreszielen wider-spiegeln.

So wollen wir mit konkreten Maßnahmen das Ziel Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen<sup>1</sup> bis 2025 erreichen, die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit weiter steigern und den Menschen die sichere Teil-habe am digitalen Leben ermöglichen. Mit dem RBP 2025 wollen wir auch in der Zukunft die nachhaltige Digitalisierung und die Transformation unserer Wirtschaft und Gesellschaft verantwortungsbewusst gestalten. Unseren Fortschritt messen wir dabei auf übergeordneter Themen-feldebene mit einer festgelegten nichtfinanziellen Steuerungskennzahl. Für das Berichtsjahr ergibt sich dabei folgender Status:



**Fünf Handlungsfelder, fünf Missionen 2025**

	<b>Erfolgsmessung</b>	<b>Ergebnisse 2021 (im Vergleich zum Vorjahr)</b>	<b>Status 2021</b>
<b>Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung umsetzen</b>	Mindestens gute Nachhaltigkeitsratings	gute Ergebnisse (Verbesserung)	✓
<b>Das grünste Netz für unsere Kund:innen anbieten</b>	Netto-Null-CO <sub>2</sub> -Emissionen 2025	5.950t CO <sub>2</sub> (-78 % gegenüber Basisjahr 2015)	✓
<b>Einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen</b>	Top Kundenzufriedenheit (NPS)	Stabil (unverändert)	✓
<b>Die digitale Arbeitswelt vorantreiben</b>	Top Arbeitgeber (eNPS)	60,4 (+6,6 Punkte)	✓
<b>Teilhabe an der digitalisierten Welt ermöglichen</b>	Hohe Reputationswerte	69,0 von 100 (+4,1 Punkte)	✓

<sup>1</sup> Wir nutzen den Begriff Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen, da CO<sub>2</sub> im Fokus unserer Reduktion steht. Trotzdem beziehen wir neben Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) auch die anderen Treibhausgase (Methan (CH<sub>4</sub>), Lachgas (N<sub>2</sub>O)) und klimarelevanten Kühlgase (F-Gase) in unsere Berechnung ein und verwenden dafür CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Eine detaillierte Beschreibung unserer Netto-Null- CO<sub>2</sub>-Emissionen ist [hier](#) zu finden.



**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 103-1 (alle wesentlichen Themen);  
GRI 102-11; 102-15; 102-46; 102-47; 102-49

**Wesentlichkeitsanalyse zur Identifikation der wesentlichen Themen**

Als Grundlage für die Entwicklung des RBPs 2025 diente die im Jahr 2020 durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse, 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.

In diesem Rahmen wurden die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit, die kurzfristige Geschäftsrelevanz für die Telefónica Deutschland Gruppe und die Stakeholderrelevanz erhoben. Dabei wurde sich auf quantitativ ausgerichtete Kunden- und Mitarbeiterbefragungen, qualitativ orientierte Experteninterviews mit Kund:innen, Lieferanten, NGO-Vertreter:innen, Analyst:innen, Investor:innen und Verbandsrepräsentant:innen, Workshops mit dem Senior Management sowie unternehmens-, markt- und branchenspezifische Studien gestützt.

Zur Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse wurde im Jahr 2021 eine Impactanalyse durchgeführt. Auf dieser Grundlage wurden wesentliche Themen identifiziert, auf die die Telefónica Deutschland Gruppe einen signifikanten Einfluss hat. Zusätzlich zur Impactanalyse haben wir anhand festgelegter Bewertungsaspekte die Geschäftsrelevanz für diese Themen bestimmt. Dabei konnten die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse 2020 erneut bestätigt werden. Die daraus resultierenden wesentlichen Themen wurden abschließend dem Vorstand und dem Aufsichtsrat vorgestellt. Der Vorstand hat die wesentlichen Themen freigegeben.

**Wesentlichkeitsmatrix**

	niedrig	mittel	hoch	sehr hoch
sehr hoch			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menschenrechte und Sozialstandards in der Lieferkette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Netzqualität und -abdeckung</li> <li>• Datenschutz und Informationssicherheit</li> <li>• Compliance und Integrität</li> </ul>
hoch			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenbeziehung, Produkt- und Serviceerlebnis</li> <li>• Zugang zu digitalen Technologien für alle Menschen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energie und CO<sub>2</sub></li> </ul>
mittel		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung des gesellschaftlichen Diskurses für nachhaltige Entwicklung</li> <li>• Mobilfunk und Gesundheit</li> <li>• Nachhaltige Regionalentwicklung</li> <li>• Ressourcenmanagement an den Standorten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Mitarbeiterthemen<sup>1</sup></li> <li>• Governance für verantwortungsvolle Unternehmensführung</li> <li>• Transparenz und Dialog</li> <li>• Kinder- und Jugendschutz</li> <li>• Nachhaltige digitale Innovation</li> <li>• Umweltstandards in der Lieferkette</li> <li>• Digitale Bildung &amp; Medienkompetenz</li> <li>• Kreislaufwirtschaft</li> </ul>	
niedrig		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftliches Engagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltiges Investitions- und Anlageverhalten</li> </ul>	

**Bedeutung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen**

Die für die Telefónica Deutschland Gruppe wesentlichen Themen finden sich in obiger Grafik blau umrandet.

<sup>1</sup> Diversität, Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung, Mitarbeitergesundheit und -sicherheit, Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Beziehung, Aus- und Weiterbildung und lebenslanges Lernen.



## Menschen verbinden Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 103-1 (alle wesentlichen Themen);  
GRI 102-11; 102-15; 102-46; 102-47; 102-49

## Bestimmung der wesentlichen nichtfinanziellen Risiken

An die Analyse der Geschäftsrelevanz der identifizierten nichtfinanziellen Themen schloss sich die Beurteilung der Risikoszenarien im Hinblick auf die Eintrittswahrscheinlichkeit und das Schadenspotenzial an. Analog zu den Kriterien des etablierten Risikomanagements haben wir eine Nettobetrachtung der Risiken vorgenommen. Eine ausführliche Beschreibung der Prozesse erfolgt im [Kapitel „Risiko- und Chancenmanagement“](#) des zusammengefassten Lageberichts 2021. Ausgehend von der bereits ermittelten Eintrittswahrscheinlichkeit wurde ein konservativer Ansatz gewählt, dabei wurden Risiken berücksichtigt, deren Eintritt als „wahrscheinlich“ oder „sehr wahrscheinlich“ angesehen wird. Das Schadenspotenzial der Risiken für die relevanten Aspekte wurde durch die Kriterien der Schwere der Auswirkungen auf den jeweiligen Aspekt, der Anzahl der tatsächlich oder potenziell Betroffenen sowie der Möglichkeit zur Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands vor der Auswirkung bestimmt. Im Rahmen dieser Risikobetrachtung haben wir beim Themenfeld Kundenbelange das Potenzial für ein wesentliches Risiko gemäß § 289c HGB identifiziert, dem wir mit umfassenden Maßnahmen begegnen (siehe [Kapitel „Kund:innen und Geschäftspartner“](#)).

## Regelmäßige Reviews und Integration neuer Anforderungen

Die CR-Strategie wird jährlich bezüglich der relevanten Themen verifiziert, die im Rahmen der Materialitätsanalyse ermittelt wurden. Hierfür werden alle beteiligten Fachabteilungen bei Workshops eingebunden und neueste Entwicklungen bewertet. Zudem werden aktuelle Branchenaktivitäten und -studien sowie Gespräche mit Stakeholder:innen ausgewertet. Auf diese Weise können wir gezielt auf Veränderungen hinsichtlich der Auswirkungen der Telefónica Deutschland Gruppe, der Relevanz für Stakeholder:innen sowie unserer Geschäftstätigkeit reagieren. Die Ergebnisse dieser Überprüfung werden in unseren Strategieprozess integriert.

## Digitale Verantwortung im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie

Die Auswirkungen des digitalen Wandels auf Umwelt und Gesellschaft sowie die veränderten Ansprüche unserer Stakeholder:innen nehmen einen zentralen Punkt im Rahmen unserer Corporate-Responsibility-Strategie ein. Eine verantwortungsvolle Gestaltung der Digitalisierung ist Grundvoraussetzung, um in der Gesellschaft Vertrauen in den digitalen Wandel zu schaffen. Die Telefónica Deutschland Gruppe will den digitalen Wandel aktiv in einer Schlüsselrolle mitgestalten.

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 2025 verankert haben.

## Detaillierte Berichterstattung

Bei unserem Strategieprozess und der Auswahl der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen berücksichtigen wir neben den Erwartungen der Stakeholder:innen auch die Auswirkungen auf die Gesellschaft sowie die Geschäftsrelevanz. Daraus leiten wir unsere Schwerpunkte für die CR-Berichterstattung ab. Für die Berichterstattung nach den GRI-Standards sind insbesondere die Perspektive der Stakeholder:innen und unsere gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen relevant. Die Wesentlichkeitsmatrix nach GRI, die diese kombinierte Betrachtungsweise berücksichtigt, ist auf [S. 12](#) abgebildet. Die Wesentlichkeitsmatrix beinhaltet die Ergebnisse der umfassenden Wesentlichkeitsanalyse von 2020, die als Basis für die Nachhaltigkeitsberichterstattung dient.





**Menschen verbinden**  
**Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv**

Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

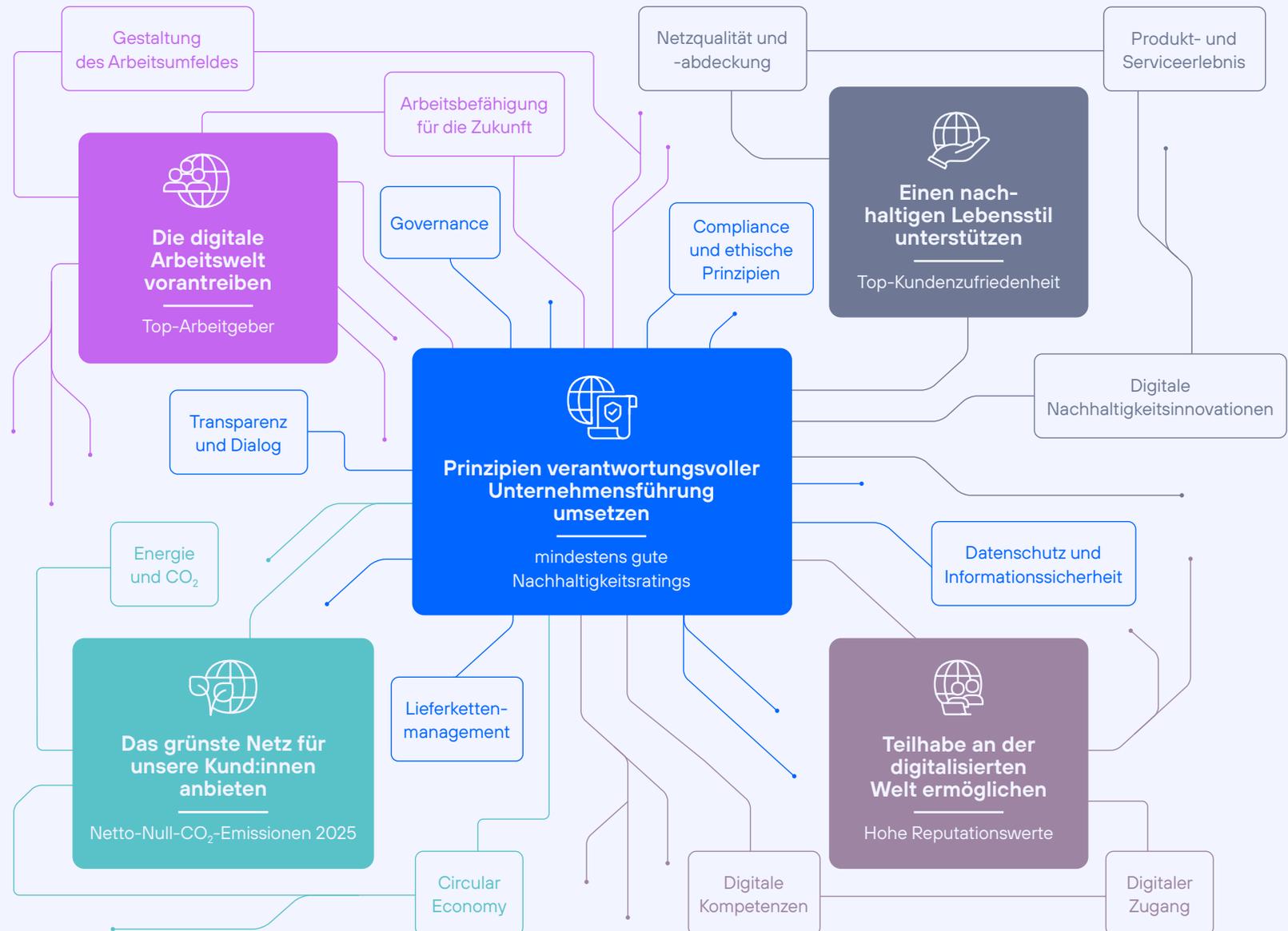
Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Responsible Business Plan 2025

## Digital.Nachhaltig.Vernetzt.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung umsetzen



In relevanten Nachhaltigkeitsratings wollen wir mindestens gute  
Ergebnisse erreichen.



## Mission 2025

Unser Geschäft als Digitalunternehmen beruht auf den Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung, die wir in allen Geschäftsprozessen konsequent und systematisch umsetzen.



**Top-Bewertungen** in ESG-Ratings

**69**

**von 100 Punkten** im RepTrak Pulse:  
+4,1 Punkte im Vergleich zum Vorjahr



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Governance

## Commitment

Corporate Responsibility ist fest in allen Geschäftsbereichen verankert. Über den Responsible Business Plan 2025 steuern wir die Umsetzung und Zielerreichung.

## Unsere Erfolge

Wir haben die wesentlichen Umweltaspekte aus unserem Responsible Business Plan (RBP) 2025 in die ISO-14001-Umweltaspekte-Analyse integriert. Somit steuert der RBP 2025 auch das Umweltmanagementsystem in diesem wichtigen Punkt. Die Sichtbarkeit von CR-Themen im Unternehmen haben wir unter anderem durch Roadshows erhöht. Im Bonussystem für Führungskräfte fällt die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen jetzt mehr ins Gewicht. Dadurch setzen wir zusätzliche Anreize. Die Trainingsquote zu unseren Geschäftsgrundsätzen konnten wir weiter steigern.

97,7 % 

der Mitarbeiter:innen und Direktor:innen wurden in 6.870 Trainingsstunden zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult

20% 

ESG-Gewichtung bei Bonusregelung für Top-Management

## Fokus-SDGs

Wir arbeiten in allen Geschäftsbereichen mit Integrität und halten uns an strenge ethische Grundsätze. Im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung behalten wir bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick. Unser Anspruch ist es, dies entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen sicherzustellen.



## UN Global Compact

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

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Umgang mit Daten

In unseren Geschäftsgrundsätzen verpflichten wir uns zum Datenschutz sowie zur Wahrung der Informationssicherheit und Transparenz.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** 102-18; 102-19; 102-20; 102-21;  
102-26; 102-31

# Governance

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Verantwortungsvolle Unternehmensführung sichert nachhaltige Wertschöpfung

„Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für alle zu schaffen.“ Das ist der Unternehmenszweck der Telefónica Deutschland Gruppe und damit richtungsweisend für unser Handeln. Im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung behalten wir bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick. Dies stellen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen sicher. Unser Ziel ist es, technologische Innovationen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einzusetzen und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.

Die [Geschäftsgrundsätze](#) der Telefónica Deutschland Gruppe bilden die Grundlage unseres Handelns. Sie 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 Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner, Gesellschafter:innen und die Gesellschaft als Ganzes gerichtet. Um die Ernsthaftigkeit unseres Ansatzes zu bekräftigen, werden alle Mitarbeiter:innen einschließlich des Vorstands regelmäßig und verpflichtend auf die Einhaltung der Geschäftsgrundsätze geschult.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG verpflichten sich darüber hinaus zu den Grundsätzen einer transparenten Corporate Governance und befassen sich regelmäßig mit den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Kodex legt Standards für die Überwachung und Leitung börsennotierter Unternehmen fest. Der Vorstand führt das Unternehmen in eigener Verantwortung und im Interesse des Unternehmens mit dem Ziel der nachhaltigen 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 jährlich abzugebende [Entsprechenserklärung](#) mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex beinhaltet, informieren der Vorstand und der Aufsichtsrat über unsere Unternehmensführung.

Die Berichts- und Sorgfaltspflichten für Unternehmen unterliegen einer anhaltenden Dynamik,

beispielsweise im Zusammenhang mit dem „Grünen Deal“ der Europäischen Union, dem Entwurf der EU-Kommission zu einer neuen Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) oder der Nachhaltigkeit von Lieferketten (Stichwort: Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz). Auf die zusätzlichen Anforderungen bereiten wir uns mit verschiedenen Maßnahmen vor.

## STEUERUNG UND PROZESSE Klare Governance-Strukturen und -Vorgaben

Unsere CR-Strategie wird vom Vorstand verabschiedet, ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie der Telefónica Deutschland Gruppe und orientiert sich auch an 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. Der Responsible Business Plan ist das zentrale Steuerungsinstrument für unser Nachhaltigkeitsmanagement. Er bildet den Rahmen für die Nachhaltigkeitsziele und

### Governance

	Einheit	2021	2020	2019
Anteil der Mitarbeiter:innen und Direktor:innen, die zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult wurden <sup>1</sup>	%	97,7	95,8	96,8

<sup>1</sup> Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717). In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten drei Jahre ein. Für das Jahr 2021 bedeutet dies 6.870 absolvierte Trainings vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2021.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-18; 102-19; 102-20; 102-21;  
102-26; 102-31

-aktivitäten der Fachbereiche und Unternehmensstandorte. Eine konkretere Auswertung unserer Fortschritte erfolgt im CR-Report 2021.

Für die Steuerung der Nachhaltigkeitsaktivitäten übergreifend für alle Fachbereiche und Unternehmensstandorte ist die Corporate Responsibility & Sustainability (CR-&-S) Abteilung verantwortlich. 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-&-S-Abteilung auch die im Unternehmen verankerten Managementsysteme nach den Normen ISO 50001 (Energiemanagement) , ISO 14001 (Umweltmanagement)  sowie ISO 9001 (Qualitätsmanagement) .

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

Über Bonuszahlungen für Führungskräfte setzen wir Anreize zur Erreichung unserer Unternehmensziele. Die Telefónica Deutschland Gruppe verknüpft seit 2019 die Bonusregelungen in der Vergütung für Vorstand und Führungskräfte bewusst mit der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen des Unternehmens. Neben finanziellen Kennzahlen, die zu 80% gewichtet werden, gelten dabei also weitere nichtfinanzielle Kriterien mit einer Gewichtung von 20%. Dazu zählen die Erhöhung der Kundenzufriedenheit, die Stärkung unserer Reputation, die Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen und die Steigerung des Anteils von Frauen in Führungspositionen.

### Variable Vergütung ist an Nachhaltigkeitsziele gekoppelt:

80%  
finanzielle Ziele

20%  
nichtfinanzielle Ziele (ESG)

- 8% Kundenzufriedenheit gemessen am NPS (Net Promoter Score)
- 5% direkte und indirekte Treibhausgasemissionen
- 3% Kundenzufriedenheit gemessen am NPS-Abstand als Differenz zum Bestwert unter den Wettbewerbern
- 3% Reputation des Unternehmens gemessen am RepTrak Pulse, der die Bindung der Stakeholder:innen misst 1% Anteil von Frauen in Führungspositionen

Die Bonusregelungen zu den Zielen der Telefónica Deutschland Gruppe für das Geschäftsjahr 2021 entsprechen den Kennzahlen aus dem Vorjahr, allerdings mit einer größeren Gewichtung der Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Ziel ist, unsere Verantwortung als Mitglied der Gesellschaft und als Arbeitgeber weiter fest in unseren Unternehmenszielen zu verankern. Im Einzelnen werden dabei folgende Kriterien einbezogen:

- Der Net Promoter Score (NPS) misst die Bereitschaft unserer Kund:innen, den Anbieter weiterzempfehlen. Sein Wert macht 8% des Bonus aus.
- Die Reduktion von direkten und indirekten Treibhausgasemissionen des Unternehmens berechnen wir nach dem Greenhouse-Gas-Protokoll. Sie macht 5% des Bonus aus.
- Der NPS-Abstand erfasst die Differenz zwischen unserem NPS und dem NPS des besten Wettbewerbers. Sein Wert fließt mit 3% in den Bonus ein.

- Der RepTrak Pulse misst die Reputation des Unternehmens auf Grundlage eines eigens entwickelten Algorithmus. Er macht 3% des Bonus aus.
- Der Anteil von Frauen in leitenden Führungspositionen (Berufung ins Senior Management) gilt als Kennzahl für die Geschlechtergleichstellung. Diese fließt mit 1% in den Bonus ein.

Um eine gemeinsame Ausrichtung auf die gesetzten Ziele zu stärken, haben wir die Zielvorgabe- und Bonussystematik für bonusberechtigte Mitarbeiter:innen in Gleichklang mit dem flexibleren Modell der oberen Führungsebene und des Vorstands gebracht. Das heißt, alle bonusberechtigten Mitarbeiter:innen haben seit 2020 die gleichen Ziele, Gewichtungen und Auszahlungskurven in Bezug auf die Unternehmensziele der Telefónica Deutschland Gruppe.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

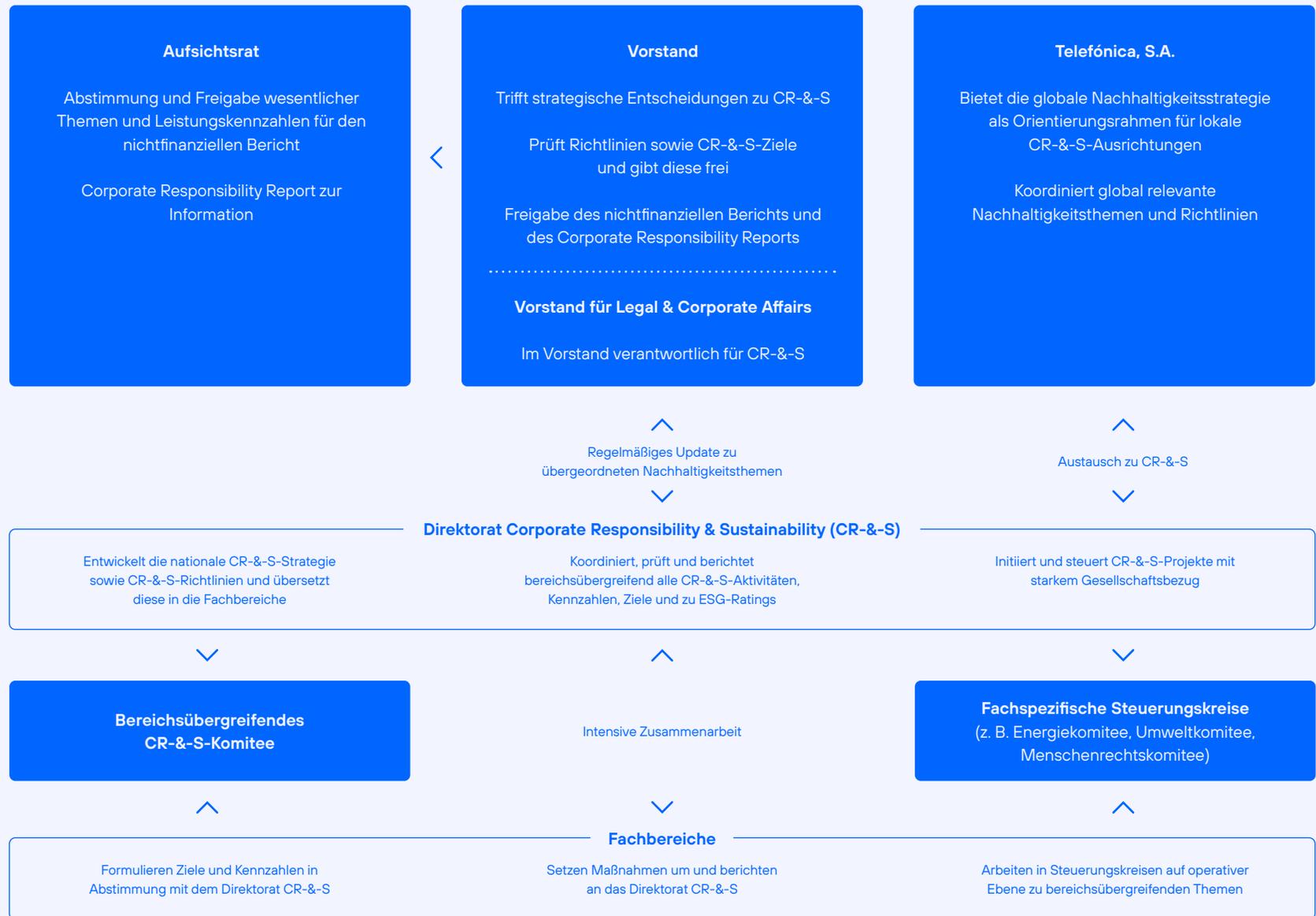
Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-18; 102-19; 102-20; 102-21;  
102-26; 102-31

**Steuerung unseres Nachhaltigkeitsmanagements bei der Telefónica Deutschland Gruppe**





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** 102-18; 102-19; 102-20; 102-21;  
102-26; 102-31

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN CR-Policies setzen Handlungsrahmen

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

### Politische und gesellschaftliche Anforderungen bewerten

Der enge Austausch mit relevanten externen und internen Stakeholder:innen ist für die Telefónica Deutschland Gruppe besonders wichtig und trägt zu den globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) bei. Die CR-&-S-Abteilung pflegt mit diesen Stakeholder:innen 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-&-S-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-&-S-Abteilung herangetragenen Anliegen im Rahmen von Strategie-Workshops vom Senior Management analysiert. Die daraus resultierenden Ergebnisse werden an den Vorstand berichtet. Zu übergreifenden fachspezifischen und gruppenweit relevanten Fragestellungen zu Nachhaltigkeitsthemen tauscht sich die Telefónica Deutschland Gruppe mit der Telefónica, S.A. Group aus.

## Zielerreichung mit Leistungsindikatoren messen

Handlungsleitend für 2021 waren für uns die klaren Commitments zu jedem der Handlungsfelder und Themen des Responsible Business Plans 2025 als zentrales Steuerungsinstrument für unser Nachhaltigkeitsmanagement. Diese Bekenntnisse können lediglich in begründeten Ausnahmefällen 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 oberste Managementebene freigegeben. Mittels aussagekräftiger 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.

Unser Nachhaltigkeitsmanagement, das die Kriterien der Bereiche „Environment, Social und Governance“ (ESG) umfasst, ist bereits seit 2005 fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Inzwischen sind entsprechende Angaben zur ESG-Performance keine Kür mehr: Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen gehören fest zum Lebensstil vieler Kund:innen, Mitarbeiter:innen wollen für einen verantwortungsvollen Arbeitgeber tätig sein und Investor:innen beziehen ESG-Kriterien zunehmend in ihre Investitionsentscheidungen ein.

Wir steuern aktiv unsere ESG-Performance über die regelmäßige Analyse, aus der wir Optimierungen und Maßnahmen ableiten. Weiter haben wir 2021 erstmals eine virtuelle **ESG-Roadshow** mit unserem Aufsichtsratsvorsitzenden Peter Löscher und unserem CEO Markus Haas veranstaltet,

um Investor:innen unsere ESG-Strategie zu erläutern und mit ihnen in den Dialog zu gehen. Unsere Anstrengungen zahlen sich aus: In den für uns wichtigsten ESG-Ratings (Sustainalytics, MSCI, ISS oekom) haben wir uns im Berichtsjahr verbessert und erreichen zunehmend gute bis sehr gute Bewertungen. Auch die wiederholte Aufnahme in relevante Indices wie den **Bloomberg Gender-Equality Index**, den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) oder die **CDP-Klima-A-Liste** (von Telefónica, S.A./gruppenweit) spiegeln unsere starke Leistung wider (mehr zu unserer ESG-Performance siehe auch Kapitel „Transparenz und Dialog“).





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-18; 102-19; 102-20; 102-21;  
102-26; 102-31

## 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
- Richtlinie Risikomanagement
- Richtlinie für ethisch verantwortungsvolle Kommunikation
- Social Media Guidelines
- Ethische KI-Prinzipien



### Lieferkettenmanagement

- Supply Chain Sustainability Policy (inkl. Konfliktmineralien)
- Beschaffungsrichtlinie für geringen CO<sub>2</sub>-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

- Bonusregelungen für obere Führungsebene und Vorstand
- Diversity & Inclusion Policy
- Gesundheitspolitik
- Handbuch Arbeitsschutz und Gesundheit
- Richtlinie Gefährdungsbeurteilung
- Richtlinie Arbeitsmedizin
- Richtlinie Beauftragtenwesen im Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Richtlinien zur Notfallorganisation



### Umweltmanagement und Klima

- Umweltpolitik
- Richtlinie zum nachhaltigen Energiemanagement



### Datenschutz und Meinungsfreiheit

- 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



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Transparenz und Dialog

## Commitment

Als vertrauensvoller Partner stehen wir im transparenten Dialog mit unseren relevanten Stakeholdergruppen.

## Unsere Erfolge

2021 sind wir mit unseren Stakeholder:innen auf zahlreichen Veranstaltungen in den Dialog getreten, wobei es zum Beispiel um die digitale Zukunft, den Klimaschutz und die Förderung von Diversität ging. Wir haben eine Richtlinie für ethisch verantwortungsvolle Kommunikation erarbeitet, die auch unsere Kommunikation mit Stakeholder:innen leitet. Als eines von sieben Unternehmen haben wir uns außerdem dazu verpflichtet, den Kodex für Corporate Digital Responsibility (CDR) anzuerkennen, also die Digitalisierung gemeinwohlorientiert zu gestalten. Auch 2021 verbesserten wir unsere guten Ergebnisse in den ESG-Ratings.



**Top Rated** ESG Industry Sustainalytics

**2021**

Gründungsmitglied der CDR-Initiative

## Fokus-SDGs

Wir berichten transparent und offen über unsere Geschäftstätigkeit und binden das Feedback unserer relevanten Interessengruppen in die Entwicklung von Geschäftsprozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein. Dabei halten wir uns an strenge ethische Grundsätze für ein verantwortungsvolles Geschäft.



## UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Umgang mit Daten

Wir stellen die Verbrauchersouveränität sowie -autonomie sicher und klären regelmäßig, zielgerichtet und verständlich über die Art unserer Datenverarbeitung auf.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

UNGC-Prinzipien 1

# Transparenz und Dialog

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Ins Gespräch kommen und transparent informieren

Wir berichten transparent und offen über unsere Geschäftstätigkeit und binden das Feedback unserer relevanten Interessengruppen in die Entwicklung von Geschäftsprozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein. Um ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder:innen sein zu können und mehr über ihre Bedürfnisse zu erfahren, setzen wir auf einen transparenten Austausch und Dialog mit Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Lieferanten, Politik und Gesellschaft. 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 wollen wir die Auswirkungen unseres Handelns noch besser erkennen, damit wir unser Geschäftsmodell mit dem Fokus auf den gesellschaftlichen Nutzen weiterentwickeln können.

Mit der Umsetzung des Responsible Business Plan 2025 unterstützt die Telefónica Deutschland Gruppe aktiv die Erreichung der 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen. Unsere Herangehensweise dabei stellen wir in den einzelnen Kapiteln dieses Berichts dar.

Die Telefónica Deutschland Gruppe engagiert sich aktiv 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, unkon-

ventionellen Talk-Formaten Trends sowie Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung mit Medien, Nicht-Regierungsorganisationen, Unternehmer:innen, Start-ups, Verbraucher:innen, Politiker:innen, Wissenschaftler:innen und vor allem mit interessierten Bürger:innen diskutiert. Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr das TV-Studio im O<sub>2</sub> Tower in München als Veranstaltungsort für unser neues Audio- und Videoformat, den O<sub>2</sub>/Telefónica TecTalk, mit Top-Entscheider:innen über gesellschaftlich relevante Themen rund um die Digitalisierung, Digitalpolitik, vernetzte Mobilität, Bildung und die Zukunft der Arbeit etabliert.

Digitale Lösungen müssen so gestaltet werden, dass sie dem Wohle der Menschen dienen. Den Unternehmen als zentralen Treibern der Digitalisierung kommt dabei eine besondere Verantwortung zu. Das Konzept einer Corporate Digital Responsibility (CDR) spielt deshalb eine zunehmend wichtige Rolle im unternehmerischen Handeln; die Telefónica Deutschland Gruppe ist in diesem Feld mitführend. Als Gründungsunternehmen bei der 2018 vom damaligen Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz ins Leben gerufenen CDR-Initiative haben wir uns 2021 als eines von sieben Unternehmen dazu verpflichtet, den CDR-Kodex der Initiative anzuerkennen.

Um unsere Nachhaltigkeitsleistungen weiter zu verbessern, nehmen wir regelmäßig an relevanten ESG-Ratings teil und berücksichtigen ESG-Kriterien für die Optimierung unserer CR-Performance sowie für die damit verbundene Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wir sehen darin nicht nur ein großes Potenzial für die Stärkung unseres verantwortungsbewussten Handelns und die Resilienz unseres Unternehmens, sondern auch für die nachhaltige Unternehmensfinanzierung. Denn

eine konsequente Orientierung an ESG-Kriterien ist immer mehr eine 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.

Auch über die Vertretung unserer Standpunkte und Interessen im politischen Prozess geben wir transparent Auskunft. Mit dem Anfang 2022 gestarteten Lobbyregister sind die Berichtspflichten von Unternehmen gegenüber dem Deutschen Bundestag erweitert worden. Firmen müssen nun die Namen der politischen Interessenvertreter:innen sowie das Budget, das sie für politische Interessenvertretung einsetzen, offenlegen. Die Telefónica Deutschland Gruppe begrüßt die dadurch entstehende Transparenz im politischen Entscheidungsprozess. Wir berichten sehr offen über die Positionen, die wir vertreten: im BASECAMP, auf unserem [Telefónica Blog](#) und im [Public-Affairs-Blog des Telefónica BASECAMP](#) sowie in unseren Social-Media-Kanälen.





Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-12

**Unser Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs)**

Im September 2015 wurden die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen verabschiedet. Um einen aktiven Beitrag zu den SDGs zu leisten, wurde im Jahr 2021 eine SDG-Analyse

durchgeführt. Dabei wurden die relevanten SDGs sowie deren Unterziele für die Telefónica Deutschland Gruppe identifiziert und dem Responsible Business Plan zugeordnet. Diese Analyse wurde auch als Grundlage für die CR-Zielformulierungen

herangezogen. Wie wir bei jedem CR-Thema auf die einzelnen SDGs einzahlen, ist in der untenstehenden Grafik zu finden und wird auf den jeweiligen Kapiteleinstiegsseiten beschrieben.

<p><b>Kund:innen und Geschäftspartner</b></p>  <p><b>Wir fördern eine integrative und nachhaltige Konnektivität und bieten digitale sowie analoge Beratung rund um unsere Produkte und Dienstleistungen.</b></p> <p><b>11</b> Nachhaltige Städte und Gemeinden Durch inklusive und nachhaltige Innovationen stärken wir eine nachhaltige und sichere Entwicklung von Städten und Gemeinden.</p> <p><b>12</b> Nachhaltige Konsum- und Produktion Wir stellen unseren Kund:innen Informationen bereit, die helfen, Produkte unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten auszuwählen.</p> <p><b>17</b> Partnerschaften zur Erreichung der Ziele Wir fördern Partnerschaften für eine Ausweitung der Internetnutzung und des Breitbandzugangs, um die Vorteile der digitalen Transformation zu gewährleisten.</p>	<p><b>Mitarbeiter:innen</b></p>  <p><b>Wir fördern die Gleichstellung der Geschlechter, Chancengleichheit und den Abbau von Gehaltsunterschieden.</b></p> <p><b>4</b> Hochwertige Bildung Ungleichheiten beseitigen wir durch Investitionen in digitale Kompetenzen, damit alle Mitarbeiter:innen gleichermaßen die Vorteile der Digitalisierung nutzen können.</p> <p><b>8</b> Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum Wir bieten hochwertige Beschäftigung für alle einschließlich Jugendlicher und Menschen mit Beeinträchtigung, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit.</p> <p><b>16</b> Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen Wir ermutigen unsere Mitarbeiter:innen, sich zu engagieren und benachteiligten Menschen zu helfen.</p>	<p><b>Klima und Umwelt</b></p>  <p><b>Wir tragen mit unseren Maßnahmen zur Optimierung des Energieverbrauchs sowie der Verringerung von Emissionen zur Bekämpfung des Klimawandels bei.</b></p> <p><b>7</b> Bezahlbare und saubere Energie Mit der Weiterentwicklung unseres Mobilfunknetzes, betrieben durch erneuerbare Energien, tragen wir zum Ausbau einer zukunftsfähigen Energieversorgung bei.</p> <p><b>11</b> Nachhaltige Städte und Gemeinden Wir entwickeln Lösungen zur Optimierung des Energieverbrauchs, zur Verringerung der Emissionen und zur Verbesserung der Mobilität und Sicherheit für Menschen und Gemeinden.</p> <p><b>12</b> Nachhaltige Konsum- und Produktion Mit unserem Circular-Economy-Ansatz möchten wir nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster fördern. Wir setzen bei der Verwendung unserer Produkte und Services auf Ökodesign, Wiederverwendung und Recycling.</p>	<p><b>Gesellschaft und digitale Inklusion</b></p>  <p><b>Wir möchten digitale Inklusion und den Abbau von Ungleichheiten in der Gesellschaft fördern und sicherstellen, dass niemand von mobiler Kommunikation ausgeschlossen wird.</b></p> <p><b>4</b> Hochwertige Bildung Durch unser Bildungsangebot für verschiedene Altersgruppen fördern wir digitale Kompetenzen. Unser Fokus liegt dabei auf schutzbedürftigen Gruppen wie Kindern und Jugendlichen sowie Senior:innen.</p> <p><b>9</b> Industrielle, innovative Infrastruktur Wir möchten jedem den Zugang zur digitalen Welt bieten. Dafür schaffen wir die Basis mit einem leistungsstarken Netz in Städten wie im ländlichen Raum.</p>
---	---	--	---

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

**Wir arbeiten in allen Geschäftsbereichen mit Integrität und halten uns an strenge ethische Grundsätze für ein verantwortungsvolles Geschäft und fördern eine nachhaltige Lieferkette, die ethische, soziale und ökologische Kriterien in die Beschaffungsprozesse einbezieht.**






Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

UNGC-Prinzipien 1

## PROZESSE UND STEUERUNG Unser Stakeholder-Management

Das Stakeholder-Management wird innerhalb der Telefónica Deutschland Gruppe dezentral gesteuert. Die Abteilungen sind in ihrem jeweiligen Fachgebiet für das Stakeholder-Engagement zuständig. So spricht etwa die Abteilung Datenschutz mit Datenschutz-Stakeholder:innen, der Bereich Corporate Responsibility & Sustainability mit NGOs, Verbänden und Nachhaltigkeitsinstitutionen sowie das Government Relation Team mit Verbänden und politischen Stakeholder:innen. Die genannten Fachbereiche sind im Geschäftsbereich Corporate Affairs & Legal unter dem Chief Officer Legal & Corporate Affairs angesiedelt. Für den Dialog mit den Mitarbeiter:innen ist der Bereich Interne Kommunikation mit Human Resources zuständig. Stakeholder-Engagement auf Vorstandsebene mit Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft wird zudem von der Unternehmenskommunikation gesteuert.

Um eine ethisch verantwortungsvolle Kommunikation mit unseren Stakeholder:innen sicherzustellen, haben wir 2021 eine [Kommunikationsrichtlinie](#) erarbeitet, welche Anfang 2022 vom Vorstand verabschiedet wurde. Diese legt Handlungsleitlinien für unser Unternehmen und unsere Mitarbeiter:innen in Bezug auf unsere Kommunikationskanäle, Werbung, Veranstaltungen und die Erstellung von Inhalten fest. Auch Nachhaltigkeit, Jugendschutz und ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen werden hier explizit im Rahmen der Unternehmenskommunikation und der Werbung behandelt. Aufbauend auf dieser Richtlinie haben wir einen Praxisleitfaden mit ethischen Richtlinien für unsere Marketingkommunikation für unsere Mitarbeiter:innen und Kommunikationspartner erarbeitet.

### Das Stakeholder-Management der Telefónica Deutschland Gruppe beruht auf fünf Säulen:

- 1. Zusammenarbeit:** Im Rahmen von Projekten oder intensiven Dialogen tauschen wir uns mit unseren Stakeholder:innen aus und erarbeiten gemeinsam zukunftsfähige Lösungen.
- 2. Dialog:** Wir stehen über verschiedene Formate mit unseren Stakeholder:innen in engem Austausch und führen einen offenen Dialog – sowohl digital als auch durch persönlichen Kontakt.
- 3. Konsultation:** Wir binden unsere Stakeholder:innen aktiv ein, z. B. durch Befragungen zur Einstufung der Relevanz von aktuellen

Themen und zu ihrer Meinung gegenüber dem Unternehmen.

- 4. Information:** Wir informieren unsere Stakeholder:innen über zahlreiche Kanäle über aktuelle Entwicklungen, Neuigkeiten zu unseren Themen sowie über Angebote und Produkte.
- 5. 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.

Unser Stakeholder-Engagement messen wir z. B. mit dem RepTrak Pulse. Diese Kennzahl misst die Wahrnehmung unserer Unternehmensperformance durch die Gesellschaft. Im Berichtsjahr lag der RepTrak Pulse bei 69,0 (2020: 64,9) von 100 Punkten. Somit konnten wir uns im Vergleich zum Vorjahr um etwa 4 Punkte verbessern. Der RepTrak fließt in die Berechnung der Bonuszahlungen für Führungskräfte ein (mehr zu den Bonusregelungen im [Kapitel „Governance“](#)).





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

## Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-40; 102-42; 102-43; 102-44

UNGC-Prinzipien 1

## Telefónica Deutschland im regelmäßigen Dialog mit ihren Stakeholder:innen

### 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 Vertreter:innen 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
- Austausch in der Joint Audit Cooperation (JAC) über die Mitgliedschaft der Telefónica, S.A. Group
- Charta der Vielfalt e.V.
- „Women in Data“-Stipendium

### Kund:innen



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

- Shops, Hotlines, Chats, innovative Formate wie der „O<sub>2</sub> Pop-up“-Shop, Kurzvideos, Social Media, Foren (O<sub>2</sub> Community)
- Services durch die „Mein O<sub>2</sub>“-App und [o2online.de](https://www.o2online.de)
- Informationszentrum Mobilfunk als Wissensportal
- „Mein 5G“-Podcast
- Messung der Kundenzufriedenheit entlang der Customer Journey

### Influencer aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft



Das BASECAMP ist sowohl digitale Plattform mit dem BASECAMP Blog als auch Debattenraum und Veranstaltungs-Location der Telefónica Deutschland Gruppe im Herzen Berlins. Wir diskutieren, inspirieren und polarisieren zusammen mit Wirtschaft, Politik und Medien mitten im Regierungsviertel und treiben die Debatte zum Thema Digitalisierung weiter voran. Zusätzlich gibt es ein gesamtheitliches CEO- und Vorstandspositionierungsprogramm zur Debatte um die Digitalisierung. Darunter fällt die Kooperation mit Verlagen, Medien, Instituten, Verbänden und Start-ups sowie ein eigenes Audio- und Videoformat, den O<sub>2</sub>/Telefónica TecTalk sowie das Debattenformat „Data Debates“ mit dem Tagesspiegel.

Veranstaltungsreihen im BASECAMP:

- Nachgefragt! Auf ein Wort mit ...
- Masterminds
- Data Debates
- UdL Digital Talk
- FishBowl
- Kitchen Talk
- BASECAMP Themenwoche
- Video- und Audioformat O<sub>2</sub> Telefónica TecTalk

### Mitarbeiter:innen



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

- Mitarbeiterumfragen
- Betriebsversammlungen
- Veranstaltungen mit dem Vorstand wie „Tower Talk“ mit aktiver Beteiligung der Mitarbeiter:innen via Chat-Funktion, „Vorstand im Dialog“ und „Kaffee & Croissant“
- interne Community für Frauen „Telefónica Connects“
- DigitalBrain: KI-basiertes Wissensmanagement-Tool mit Fragen und Antworten von Mitarbeiter:innen
- Kommentarfunktion für Mitarbeiter:innen bei allen Intranet-Meldungen
- Corporate Volunteering Day
- O<sub>2</sub> Telefónica Run
- Führungskräfte-Calls zweiwöchentlich „Leaders 30 Minutes“
- monatliches All-Hands-Meeting „30 Minutes @ Work“
- Volunteering Week und Corporate Volunteering Day
- „Feelgood“ – Angebote zu Information, Hilfe & Selbsthilfe bei Gesundheitsthemen
- Mitarbeiterengagement für Hilfsorganisationen (z. B. Flutkatastrophe, Aktion Deutschland Hilft – Nothilfe Ukraine)



### NGOs



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

**Kooperationen und Wissenstransfer mit kontinuierlichem Austausch:**

- Stiftung Digitale Chancen
- Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter
- Deutsches Kinderhilfswerk
- Cybermobbing-Hilfe
- AfB social & green IT
- B.A.U.M., Deutsches UN Global Compact Netzwerk, NABU, UPJ
- Klicksafe
- Initiative D21

### Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Verbände



Wir suchen das Gespräch mit Akteur:innen aus Politik und Wirtschaft und engagieren uns in der Verbandsarbeit.

- Regelmäßiger Austausch mit Politik und Behörden zu Netzregulierung, Sicherheit und Datenschutz auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene
- Mitgliedschaften in relevanten Verbänden, z. B. bitkom, BDI, VATM und eco
- Gründungsmitglied der Corporate Digital Responsibility-Initiative der Bundesregierung
- Kommunikation mit Justiz sowie Sicherheits- und Datenschutzbehörden entsprechend den gesetzlichen Vorgaben
- Gesprächsräume für das politische Umfeld in Berlin und aktiver Meinungsaustausch zur Digitalpolitik durch unsere hybriden Veranstaltungen im BASECAMP
- BASECAMP.digital Public-Affairs-Blog und Social-Media-Kanäle
- Video- und Audioformat O<sub>2</sub> Telefónica TecTalk
- Transparenzbericht bspw. über Informationsanfragen staatlicher Stellen

### 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

### Aktionär:innen und Investor:innen



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

- Jährliche Hauptversammlung
- Regelmäßige Berichterstattung zu Finanzen, ESG und zum Geschäftsjahr
- Stakeholdermanagement Kapitalmarkt
- Nichtfinanzieller Bericht und CR-Report



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 1

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN Gesellschaftliche Debatten mit Top-Entscheider:innen

Auch im zweiten Jahr der COVID-19-Pandemie haben wir zahlreiche Dialogveranstaltungen erfolgreich im Digital- oder Hybridformat durchgeführt. In unserer 2021 gestarteten Audio-, Video- und Podcast-Serie „O<sub>2</sub>/Telefónica TecTalk“ trifft unser CEO Markus Haas in regelmäßigen Abständen namhafte Vertreter:innen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft, um sich mit ihnen über die Gestaltung und das Vorantreiben von Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf Basis einer starken Netzinfrastruktur auszutauschen. Premieren-gast im Münchner O<sub>2</sub> Tower war Mitte April FDP-Parteichef Christian Lindner, der inzwischen als Bundesfinanzminister maßgeblichen Einfluss auf die Digitalisierungsstrategie der Bundesregierung nimmt. Ebenfalls im Berichtsjahr zu Gast waren Dr. Stefan Oschmann, ehemaliger Vorsitzender der Geschäftsleitung von Merck, Alexander Sixt, CEO der gleichnamigen Autovermietung, sowie Klaus Dittrich, CEO der Messe München GmbH.

Im Juni 2021 sprach Markus Haas im Rahmen der Jahrestagung des Industrieverbandes BDI auf einem Panel mit dem Bayerischen Ministerpräsidenten Markus Söder sowie weiteren Führungspersönlichkeiten der Wirtschaft über die künftige Digitalpolitik. Im Juli 2021 diskutierte Haas bei der Digital-Life-Design (DLD) Summer Conference mit Hildegard Müller, Präsidentin des Verbands der Automobilindustrie, und Fabian Billing, DACH-Chef von McKinsey, über die Bedeutung von 5G für eine nachhaltige und vernetzte Mobilität. Zwei Monate später tauschte sich Markus Haas dann bei der DLD Circular Conference mit Ann-Kristin Achleitner, Aufsichtsrätin bei BMW, und Victoria Ossadnik, COO Digital bei E.ON, darüber aus, wie eine kreislaufforientierte Wirtschaft mithilfe der Digitalisierung ermöglicht und der Betrieb der dafür benötigten Daten- und Energienetze klimafreundlich und umweltschonender organisiert werden kann.

Zudem moderierte Markus Haas ein Forum auf der Jahrestagung des CDU-Wirtschaftsrats, an dem u. a. der damalige Bundesminister für Wirtschaft, Peter Altmaier, teilnahm.

Als Initiator und Partner der Tagesspiegel Data Debates laden wir regelmäßig hochkarätige Gäste aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur nach Berlin in unser BASECAMP ein, um die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft zu debattieren. Im Jahr 2021 standen der Bundestagswahlkampf und New Work im Fokus. Bei der Data Debate #18 prüften u. a. Prof. Dr. Clemens Fuest, Präsident des ifo-Instituts, und Markus Haas im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 die digitalen Agenden der Parteien. Gemeinsam mit Politiker:innen diskutierten sie über die wichtigen nächsten Schritte, um Deutschlands digitale Zukunft in der neuen Legislaturperiode erfolgreich zu gestalten. In der Data Debate #19 ging es um die Zukunft des Arbeitens. Nicole Gerhardt, Personalvorständin der Telefónica Deutschland Gruppe, und Bundesarbeitsminister Hubertus Heil diskutierten konkret über die Frage, wie Arbeitnehmer:innen auf die Anforderungen der Arbeitswelt von morgen vorbereitet werden können.

Über die Corona-Krise als Katalysator und Deutschlands Chancen als Industriestandort sprachen Markus Haas und Prof. Dr. Clemens Fuest in unserer Online-Reihe „BASECAMP ON AIR“ im März 2021. Drei Monate später diskutierten u. a. der Klimaforscher Prof. Markus Rex und der Finanzvorstand der Telefónica Deutschland Gruppe, Markus Rolle, über Sustainable Finance und die Frage, wie Unternehmen und Investor:innen den Klimawandel bremsen können.

Dank der installierten 5G-Indoor-Campus-Lösung ermöglicht das BASECAMP allen interessierten Politiker:innen, Wirtschaftsvertreter:innen, Gründer:innen und Verbraucher:innen, die neue Mobilfunktechnologie in der realen Welt auszuprobieren und kennenzulernen. Außerdem fördern wir dort

den Austausch über die wesentlichen Themen rund um 5G, z. B. bei den Kitchen Talks. Im Mai 2021 diskutierte Valentina Daiber, Vorständin Legal & Corporate Affairs von Telefónica Deutschland, im digitalen Debattenraum des BASECAMP u. a. mit der hessischen Staatsministerin für Digitale Strategie und Entwicklung, Prof. Dr. Kristina Sinemus, über die Rahmenbedingungen für eine beschleunigte Digitalisierung in Deutschland.

Beim UdL Digital Talk, UdL bedeutet „Unter den Linden“, treffen seit 2010 hochrangige Politiker:innen und Meinungsführer:innen 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 und Sahra Wagenknecht. 2021 sprachen wir z. B. mit der damaligen Bundesfamilienministerin Franziska Giffey über Verbesserungen im Kinder- und Jugendmedienschutz, mit der Bundesumweltministerin Svenja Schulze über Nachhaltigkeit und Digitalisierung sowie mit Sachsens Ministerpräsident Michael Kretschmer über Digitalisierung im ländlichen Raum.

Auf unserem BASECAMP Instagramkanal starteten wir als Teil unserer Informationskampagne gegen Desinformation im Netz vor der Bundestagswahl „Faktisch betrachtet – Fit gegen Fake News“ eine Online-Gesprächsreihe, bei der Senior:innen in den Austausch mit Vertreter:innen aus Politik, Wissenschaft und Medien treten konnten, um über ihre persönlichen Erfahrungen mit Falschnachrichten zu sprechen. Teilgenommen haben u. a. die Abgeordneten Omid Nouripour, Konstantin von Notz und Daniela Kluckert (mehr dazu im [Kapitel „Digitale Kompetenzen“](#)).

Ende Oktober 2021 drehte sich bei uns im BASECAMP eine Woche lang alles um das Thema „Deutschland 2025 – Wie digital wird unsere Gesellschaft?“. Gemeinsam mit unseren Partnern



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

## Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

UNGC-Prinzipien 1

beleuchteten wir möglichst viele Blickwinkel unseres digitalen Deutschlands zu den Themen Bildung, Verwaltung, Nachhaltigkeit, Teilhabe und Infrastruktur. Unter dem Motto „Nachgefragt! Auf ein Wort mit ...“ fand z. B. ein Expertengespräch mit Prof. Dr. Justus Haucap statt. Der Direktor des Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE) an der Universität Düsseldorf erläuterte, wie Deregulierung gelingen könnte.

In weiteren Ausgaben von „Nachgefragt! Auf ein Wort mit ...“ diskutierten wir auch über digitale Themen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie: Markus Richter, Staatssekretär im Bundesinnenministerium, und Stephan Noller, CEO von Ubirch, sprachen über den digitalen Impfpass und die technischen Hintergründe. Die beiden Autoren des Fachbuchs „Corona – Deutschlands digitales Desaster (Wie ein Land seine Zukunft verspielt)“, Henrik Tesch und Hartwig von Saß, teilten ihre Sichtweise darauf, welche Lehren Deutschland in puncto Digitalisierung aus der Pandemie ziehen sollte.

## Veranstaltungen und Dialog zur Förderung von Diversity

Die Telefónica Deutschland Gruppe unterhält Partnerschaften mit Organisationen, die die Beschäftigungsfähigkeit und das Interesse von Mädchen und Frauen an technischen Berufen fördern. So sind wir aktiver Unterstützer der Initiative #SheTransformsIT, die sich für mehr Frauen in der Digitalisierung stark macht (weitere Informationen zum Thema Gleichberechtigung im [Kapitel „Gestaltung des Arbeitsumfelds“](#)). Beim Girls' Day im April 2021 waren 50 Mädchen im Alter zwischen 10 und 16 Jahren virtuell bei uns zu Gast. Sie lernten in einem abwechslungsreichen Workshop, der maßgeblich von „TelefónicaConnects“, einem Netzwerk von Frauen im Unternehmen, organisiert wurde, eine große Bandbreite an Berufsbildern und weiblichen Vorbildern kennen: von der Netztechnikerin über

die Softwareentwicklerin bis zur Servicemitarbeiterin. Darüber hinaus unterstützen wir anlässlich des Girls' Day das Social-Media-Format „Talking Tech: Girls and Women in ICT“ der Internationalen Fernmeldeunion und des Internationalen Rechenzentrums der UN. Valentina Daiber, Vorständin Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe, gab dazu ein Videointerview.

In Kooperation mit Global Digital Women luden wir im Februar zu einer Paneldiskussion unter dem Titel „Männerberufe gibt es nicht – über Mut, Astronautinnen, Feuerwehrfrauen und Vorständinnen“. Mit dabei waren Valentina Daiber, Vorständin Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe, Dr. Suzanna Randall, Astrophysikerin und Astronautin-Trainee, Sabine Müller, CEO von DHL Consulting, sowie Thomas Kuhn, Journalist der Wirtschaftswoche und freiwilliger Feuerwehrmann. Die zweite Ausgabe der Veranstaltung im Juni stand unter der Überschrift „Generation Diversity – Über Babyboomer, GenXYZ, Respekt & Werte“. Ein Ziel der Veranstaltung war, Unternehmen dazu aufzurufen, der generationenübergreifenden Zusammenarbeit einen größeren Stellenwert beizumessen und die Karrieren ihrer Mitarbeiter:innen gezielter zu fördern – unabhängig von ihrem Alter, ihren Lebensumständen oder ihrer jeweiligen Karrierephase.

Anlässlich des EM-Spiels Deutschland gegen Ungarn setzten wir im Juni 2021 ein sichtbares Zeichen für Vielfalt und Toleranz und gegen Homophobie: Wir ließen die oberste Etage des O<sub>2</sub> Towers, des höchsten Gebäudes in München, von allen Seiten in Regenbogenfarben erstrahlen. Mit dem Hinweis auf politische Neutralität hatte die Europäische Fußball-Union (UEFA) der Stadt München zuvor verboten, ihr Fußballstadion in Regenbogenfarben zu beleuchten.

Eine langjährige Partnerschaft verbindet die internationale Telefónica Gruppe und das globale Forum One Young World. Im Juli 2021 unterstützte die Telefónica Deutschland Gruppe als Sponsor

die Veranstaltung One Young World Summit, die zum ersten Mal in München stattfand. Unser Innovationslabor Wayra gestaltete eine Breakout-Session und ließ die Teilnehmer:innen des Gipfels an seinen Erfahrungen zum Thema „Vom Labor in die Praxis – 5G- und datenbasierte Anwendungen für soziale Innovationen“ teilhaben (mehr zu Wayra im [Kapitel „Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen“](#)).

Für junge Führungskräfte und Entscheider:innen aus dem politischen Berlin, der Start-up-Szene, der Medienwelt sowie der Kreativwirtschaft haben wir young+restless ins Leben gerufen. Das Netzwerk, das seit 2015 besteht, ist mit seinen Veranstaltungen mittlerweile fester Bestandteil der bunten Szene der Hauptstadt. Im Jahr 2021 drehten sich die Veranstaltungen von young+restless um Themen wie Klimaschutz, digitaler Journalismus, urbane Mobilität und die Transformation der Arbeitswelt.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-46

UNGC-Prinzipien 1

## ESG-Ratings und nachhaltige Unternehmensfinanzierung

Die Telefónica, S.A. Group ist im Berichtsjahr vom CDP bereits zum achten 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 u. a. an den Ausbau energieeffizienter Mobilfunknetze und die Einhaltung von Umweltgesetzen und -standards gebunden sind.

Als erstes deutsches Telekommunikationsunternehmen haben wir 2019 zudem ein 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 2021 gegenüber den Vorjahren in allen bewerteten ESG-Kategorien erneut verbessern konnten. Wir haben erstmals die Auszeichnung „ESG Industry Top Rated“ erhalten. In der Telekommunikationsbranche hat Sustainalytics diese Auszeichnung 2021 nur 5 von 232 bewerteten Unternehmen zugesprochen – wir belegen im Branchenrating den zweiten Platz.

### Performance bei den ESG-Ratings und Indizes

Rating-Agentur	Indizes/Ranking	seit
<b>Bloomberg</b>	gelistet (70,49 %)	2019
<b>EcoVadis</b>	76/100 (Platinum – top 1 %)	2021
<b>FTSE Russell</b>	4.1/5	2016
<b>ISS ESG</b>	Prime B- (Good)	2016
<b>Moody's Vigeo Eiris</b>	66/100 (Advanced)	2016
<b>MSCI</b>	AA	2016
<b>S&amp;P Global</b>	57/100	2021
<b>Sustainalytics</b>	12.4 (Low risk/ESG INDUSTRY TOP RATED)	2016

Hinweis: Die Tabelle enthält die neuesten Bewertungen von Institutionen aus dem Jahr 2021 oder später, die jedoch auf Informationen aus diesem Jahr basieren.

Auch bei anderen für uns relevanten ESG-Ratings haben wir uns im Berichtsjahr weiter verbessert: Dazu gehören der Dow Jones Sustainability Index (DJSI), das Rating von Morgan Stanley Capital International (MSCI), das ESG Corporate Rating von ISS ESG sowie der Bloomberg Gender-Equality Index. Gut schneiden wir ebenfalls in den Ratings Vigeo Eiris und FTSE4Good ab. Im EcoVadis Sustainability Assessment, in dem die Geschäftstätigkeit in den Themenfeldern Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschäftigung bewertet wird, haben wir die Bewertung „sehr gut“/„Platin“ erhalten.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Compliance und ethische Prinzipien

## Commitment

Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle anwendbaren Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertvorstellungen.

## Unsere Erfolge

Wir haben ein neues E-Learning-Programm entwickelt, mit dem wir relevante Gruppen von Mitarbeiter:innen noch besser für die Themen Antikorruption und Interessenkonflikte sensibilisieren können. Außerdem haben wir 2021 ein Risikoassessment zu Geldwäsche durchgeführt. Für den Teilbereich Antikorruption in unserem Compliance-Management-System haben wir eine externe Prüfung nach dem IDW PS 980 erfolgreich bestanden.



**Korruptionsfälle im Jahr 2021**



**Zertifizierung** unseres Compliance-Management-Systems

## Fokus-SDGs

Wir streben innerhalb aller internen und externen Prozesse die Einhaltung von Gesetzen, gesellschaftlichen Regulationen und Werten an. Dazu prüfen wir kontinuierlich mögliche Compliance-Risiken und schulen relevante Mitarbeitergruppen.



## UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Umgang mit Daten

Wir definieren ethische Standards für einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten und machen sie zum Bestandteil unseres internen Verhaltenskodex.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Sozialökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umweltcompliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlung (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; 205-2; 205-3; 206-1; 307-1; 407-1; 408-1; 409-1; 412-2; 415-1; 417-2; 417-3; 419-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 5, 10

# Compliance und ethische Prinzipien

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Gesetzestreue 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 (Compliance) 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 Mitarbeiter:innen eine entscheidende Rolle. Sie bilden die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kund:innen und Geschäftspartner 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 Arbeits-

organisation (International Labour Organization, ILO) und die Prinzipien des UN Global Compact zugrunde, zu denen wir uns dezidiert bekennen. Unsere Geschäftsgrundsätze sind an Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner, Gesellschafter:innen 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 und die Erklärung zur Unternehmensführung sind in unserem Geschäftsbericht sowie separat auf unserer Website veröffentlicht.

Für uns geht es um mehr, als nur gesetzliche Vorgaben zu erfüllen. Es ist unser Anspruch, dass wir uns stetig weiterentwickeln und integriertes Handeln im digitalen Zeitalter gewährleisten. Der digitale Wandel bringt eine Vielzahl an rechtlichen Herausforderungen, eröffnet aber auch Gestaltungsspielräume, etwa bei der Entwicklung passgenauer E-Learning-Programme für Mitarbeiter:innen. Eine effiziente Verankerung des Compliance-Management-Systems (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 die Mitarbeiter:innen unserer oberen Führungsebenen jährlich auf dieses Commitment sowie auf die Einhaltung unserer [Antikorruptionsrichtlinie](#) . Alle Mitarbeiter:innen werden regelmäßig im Rahmen eines verpflichtenden Trainings zu den Geschäftsgrundsätzen zu Antikorruption und Interessenkonflikten geschult.

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 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 sowie gegebenenfalls die Maßnahmen anzupassen.

2021 haben wir ein Risikoassessment zum Thema Geldwäsche gestartet. Damit sollen alle Unternehmensbereiche identifiziert werden, die potenziell mit Geldwäsche in Berührung kommen könnten.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

- Kund:innen und Geschäftspartner
- Mitarbeiter:innen
- Klima und Umwelt
- Gesellschaft und digitale Inklusion
- Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Sozialökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umweltcompliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlung (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; 205-2; 205-3; 206-1; 307-1; 407-1; 408-1; 409-1; 412-2; 415-1; 417-2; 417-3; 419-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 5, 10

Die Auswertung ergab in keinem Unternehmensbereich ein hohes Geldwäsche-Risiko. Aufbauend auf der weiteren Analyse der Risikofelder werden wir 2022 Sensibilisierungsmaßnahmen wie Awareness-Schulungen für die Mitarbeiter:innen der Bereiche mit mittlerem Geldwäscherisiko entwickeln und durchführen.

**Zertifizierung unseres Compliance-Management-Systems**

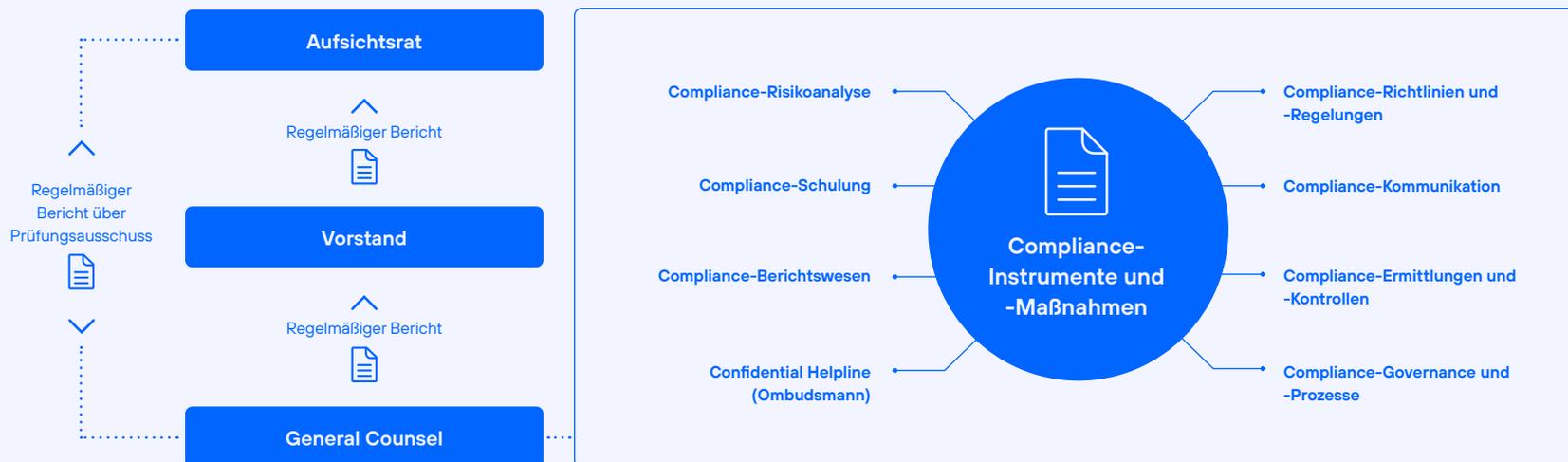
Das Vertrauen unserer Kund:innen ist die Basis für unseren Erfolg. Deshalb ist es unser zentrales Ziel, dieses zu bewahren und stetig zu stärken. Finanzielle Nachteile oder Reputationsschäden für unser Unternehmen durch Compliance-Verstöße wollen wir unbedingt vermeiden. Wir haben deshalb bereits seit 2004 ein integriertes CMS, 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 General Counsel, 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. Die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat unser CMS, Teilbereich Antikorruption, im Berichtsjahr auf Angemessenheit nach dem Standard IDW PS 980 geprüft und zertifiziert. Damit wurde bestätigt, dass unser CMS über alle zum Aufdecken von Compliance-Verstößen relevanten Elemente verfügt, diese implementiert sind und regelmäßig kontrolliert werden.

Zu den wichtigsten Compliance-Aspekten im täglichen Handeln haben wir klare Richtlinien und Vorgaben definiert. Neben den Geschäftsgrundsätzen zählen dazu die Richtlinien zu Korruptionsprävention und Kartellrecht, die Richtlinien zum Umgang mit Interessenkonflikten, Einladungen, Geschenken und Incentives sowie die Menschenrechtsrichtlinie der Telefónica Deutschland Gruppe. Daneben gelten Regelungen für die Beschaffung von Dienstleistungen, so etwa die Verfahrensanweisung zum Umgang mit Dienstleistern.

Um den rechtssicheren und verantwortungsvollen Umgang mit Hinweisen, Beschwerden und anonymen Meldungen von potenziell betroffenen Anspruchsgruppen sicherzustellen, haben wir eine Whistleblower-Richtlinie definiert und damit den langjährig bestehenden und gelebten Prozess formalisiert. Mit unserem Whistleblower-Meldekanal („Confidential Helpline“) steht allen Mitarbeiter:innen, externen Beschäftigten, Kund:innen, Lieferanten, Aktionär:innen, Partnern sowie sonstigen Stakeholder:innen ein anonymer und sicherer Kanal zur Meldung von Gesetzes- und Regelverstößen zur Verfügung. Unsere Whistleblowing-Policy schreibt ausdrücklich vor, dass Hinweisgeber:innen keine Nachteile entstehen dürfen. Der Schutz von Hinweisgeber:innen vor Benachteiligungen ist durch die Einbindung eines externen Rechtsanwalts als Ombudsmann gewährleistet. Darüber hinaus gibt es einen weiteren Kanal für die Meldung von Verstößen gegen Menschenrechte.

**Compliance bei der Telefónica Deutschland Gruppe**





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Sozialökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umweltcompliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlung (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; 205-2; 205-3; 206-1; 307-1; 407-1; 408-1; 409-1; 412-2; 415-1; 417-2; 417-3; 419-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 5, 10

**STRATEGISCHE PRIORITÄTEN**  
**Stakeholder:innen in Prävention einbeziehen**

Um die Compliance-Maßnahmen umsetzen zu können, ist eine enge Einbindung unserer Mitarbeiter:innen unerlässlich. Dies erreichen wir durch zielgerichtete Kommunikation sowie Umfragen und Trainings. Auch für unsere Geschäftspartner bzw. Lieferanten gelten verbindliche Vorgaben. Wir verpflichten unsere Lieferanten zur Einhaltung der [Supply Chain Sustainability Policy](#) , haben eine [Menschenrechtsrichtlinie](#) , veröffentlicht, sind in Branchenvereinigungen vertreten und nutzen den Beschwerdekanaal für Lieferanten von Telefónica S.A. Unserer Antikorruptionserklärung müssen die Lieferanten im Auftragsprozess zustimmen.

Um unsere Mitarbeiter:innen für diese wichtigen Themen dauerhaft 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 u. a. zu den Geschäftsgrundsätzen alle drei Jahre, zum Datenschutz jährlich, zur Informationssicherheit alle zwei Jahre und zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) alle drei Jahre. Letzteres fördert Diversität und wirkt Diskriminierung in unserem Unternehmen entgegen. Unsere Führungskräfte der obersten Leitungsebene werden zudem explizit auf die Einhaltung der Geschäftsgrundsätze sowie der [Antikorruptionsrichtlinie](#)  verpflichtet und dazu geschult. Dabei wurden auch Menschenrechtsthemen behandelt. Zum Ende des Jahres 2021 sind 97,7 % aller Mitarbeiter:innen in den letzten drei Jahren zu den Geschäftsgrundsätzen geschult worden, dies umfasste 6.870 Trainingsstunden<sup>1</sup>.

Die Schulungsteilnahme wird über das Human-Resources-System „Success Factors“ überwacht. Alle Mitarbeiter:innen 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.

Basierend auf dem im Jahr 2020 durchgeführten Risikoassessment zum Thema Antikorruption und Interessenkonflikte haben wir 2021 ein neues E-Learning-Programm entwickelt, um relevante Gruppen von Mitarbeiter:innen noch besser für das Thema sensibilisieren zu können. Das Assessment hatte ergeben, dass die allgemeine, alle drei Jahre obligatorische Schulung zu den Geschäfts-

grundsätzen das Thema Antikorruption und Interessenkonflikte zwar behandelt, jedoch bestimmte Bereiche im Unternehmen gezielter und regelmäßiger geschult werden sollten. Das neue Training bietet nun die Möglichkeit dazu. Neben rechtlichen Grundlagen vermittelt die Schulung, mit welchen Formen von Korruption und Interessenkonflikten die Mitarbeiter:innen im Arbeitsalltag in Berührung kommen könnten und wie man Bestechungsversuche erkennt und adäquat darauf reagiert. Zudem werden die Lerninhalte mithilfe von Praxisbeispielen vertieft.

Darüber hinaus findet eine regelmäßige Kommunikation zu korruptionsrelevanten Themen statt, z. B. über Mailings oder das Intranet. Bei Bedarf berät die Compliance-Abteilung Mitarbeiter:innen 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:innen kontrollieren turnusmäßig das CMS sowie unsere Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption.

**Antikorruption**

	Einheit	2021	2020	2019
Gesamtzahl an Korruptionsfällen				
Bestätigte Verdachtsfälle, die zu arbeitsrechtlichen bzw. sanktionellen Maßnahmen führten.	Anzahl	0	0	0

<sup>1</sup> Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717).



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Sozialökonomische Compliance (103-2; 103-3); Umweltcompliance (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlung (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; 205-2; 205-3; 206-1; 307-1; 407-1; 408-1; 409-1; 412-2; 415-1; 417-2; 417-3; 419-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 5, 10

## Sorgfältige Untersuchung von Vorwürfen

Für die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sowie sämtliche Tochterunternehmen führen wir regelmäßig Risikoassessments für die Bereiche Korruption und Interessenkonflikte durch, zuletzt im Jahr 2020. Sämtliche uns bekannt gewordenen Verdachtsfälle von unlauterem Handeln, beispielsweise mögliche Fälle von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit, werden sorgfältig untersucht. Etwaig nachgewiesene Vorwürfe werden konsequent verfolgt und entsprechend sanktioniert. Das integrierte CMS hilft unternehmensweit, Korruptionsfälle zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen so 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 2021 lagen uns keine Meldungen zu Verdachtsfällen bezüglich korrupter Handlungen vor. Somit gab es auch keine arbeitsrechtlichen Sanktionen gegenüber Mitarbeiter:innen. Wir erfassen Gerichtsverfahren in Bezug auf AGG-Verstöße in unserer Personalabteilung; im Berichtsjahr 2021 sind uns keine Vorfälle gemeldet worden. Fälle einer Verletzung der Vereinigungsfreiheit oder von Tarifverhandlungen wurden uns im Berichtsjahr ebenfalls nicht bekannt. Wir haben 2021 keine Zuwendungen an politische Parteien geleistet.

Im Berichtszeitraum hat es keine Verfahren gegen die Telefónica Deutschland Gruppe aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung gegeben. Es gab eine Beanstandung wegen eines unlauteren Wettbewerbsverstoßes und damit einen Einwand gegen unser Werbeverhalten. Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen gingen keine bei uns ein. Gegen uns wurden auch keine Bußgelder oder nicht-monetäre Sanktionen wegen der Nichtein-

haltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen ausgesprochen. Die Anzahl von Verfahren aufgrund der Verletzung gegen die Verordnung über das Nachweisverfahren zur Begrenzung elektromagnetischer Felder im aktuellen Berichtsjahr ist uns nicht bekannt. Wegen behördlichen Verzügen sind daher auch die Höhe und Anzahl von möglichen Bußgeldbescheiden für uns aktuell nicht abschätzbar.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Datenschutz und Informationssicherheit

## Commitment

Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kund:innen bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können.

## Unsere Erfolge

Wir haben 2021 einen Beratungsprozess eingeführt, der sicherstellt, dass bereits bei der Entwicklung neuer Produkte und Systeme alle relevanten Datenschutzfragen von Anfang an mitgedacht werden. In einer unternehmensweiten Kampagne schärften wir das Bewusstsein für die Bedeutung von Datenschutz im Tagesgeschäft und gaben Mitarbeiter:innen konkrete Tipps, wie sie unser Unternehmen, unsere Kund:innen und sich selbst schützen können. Auch Cyber Security war Bestandteil einer umfangreichen Weiterbildungsinitiative.

**45,7 Mio.** 

Mobilfunkanschlüsse inkl. M2M:  
unsere Kund:innen vertrauen uns  
ihre Daten an

**0** 

Sanktionen aufgrund von Verletzungen des  
Datenschutzes oder im Zusammenhang mit  
Sicherheitsverletzungen

## Fokus-SDGs

Mit strikten Regeln und Prozessen sichern wir Datenschutz und Informationssicherheit. Unsere Kund:innen sollen stets die Souveränität über ihre persönlichen Daten behalten. Die Gewährleistung des Schutzes der Privatsphäre und der Sicherheit bei digitalen Diensten sind wesentliche Voraussetzungen für Meinungsfreiheit und Rechtsstaatlichkeit.



## UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Umgang mit Daten

Wir stellen den verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicher und entwickeln unsere Daten- und Informationssicherheit konsequent weiter.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 417-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2

# Datenschutz und Informationssicherheit

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Verantwortungsbewusste Digitalisierung erfordert 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 dazu 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.

Große unternehmensweite IT-Projekte, bei denen die Infrastruktur neu geordnet und Daten in die Cloud verlagert werden, erfordern sorgfältige Planung und Prüfung der Anforderungen an Datenschutz und Informationssicherheit. 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 Schrems-II-Urteils müssen wir auf weitere nationale und EU-weite Gesetzesinitiativen mit erheblichem Beratungs- und Umsetzungsbedarf reagieren, wie etwa die Änderung des Telekommunikationsgesetzes und die Einführung des Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetzes

(TTDSG) 2021, den Sicherheitskatalog 2.0 und weitere neue Rechtsmaterien für Datenschutz und Sicherheit in der digitalen Welt. Im TTDSG, das am 1. Dezember 2021 in Kraft getreten ist, wurden die wesentlichen Datenschutzvorschriften für Telekommunikations- und Telemediendienste gebündelt. Das TTDSG schafft mehr Rechtssicherheit und Rechtsklarheit zum Schutz der Privatsphäre in der digitalen Welt. Insbesondere schützt es vor Zugriff auf Endgeräte wie Smartphones oder Rechner z. B. durch Setzen und Auslesen von Cookies.

Wir sind ein Unternehmen, in dessen Kerngeschäft Daten generiert werden. Millionen Kund:innen 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 Kund:innen 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 Daten unserer Kund:innen 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. Perso-

nenbezogene 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 Kund:innen sowie unserer Mitarbeiter:innen, Partner und Investoren. Mit geeigneten Maßnahmen stellen wir eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe sicher. Entscheidend in diesem Zusammenhang ist die kontinuierliche Sensibilisierung der Mitarbeiter:innen für neue Datenschutzerfordernungen.

## PROZESSE UND STEUERUNG Klare Regeln und Prozesse etabliert

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

Für die gesamte Organisation gelten die internen Vorgaben zur Sicherheit (Security Global Policy) sowie Regeln für Mindestsicherheitsanforderungen (Corporate Rule on Minimum Controls). Diese



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 417-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2

werden durch eine Vielzahl weiterer Richtlinien, Normen und Verfahrensanweisungen zu verschiedenen Datenschutz- und Sicherheitsaspekten ergänzt. Dazu gehört 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 Nutzer:innen bzw. Kund:innen, 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 § 166 Telekommunikationsgesetz dokumentiert. Unsere Datenschutzrichtlinie umfasst klare Vorgaben zum Schutz personenbezogener Daten, die oftmals sogar über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen. Alle Mitarbeiter:innen erhalten dazu jedes Jahr eine Datenschutzbildung, die verpflichtend ist. Zudem sind alle Beschäftigten 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. Beide berichten direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe. Der Vorstand wird mindestens zweimal pro Quartal über die Informationssicherheit und den Datenschutz umfassend in Kenntnis gesetzt. Neben dem regelmäßig tagenden Sicherheitsausschuss der Gesellschaft und dem Deep Dive Corporate Security sowie dem Deep Dive Datenschutz berichten die Bereiche zudem regelmäßig an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats; im Geschäftsjahr 2021 viermal. 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. Das ISMS ist an die Norm ISO 27001 angelehnt. In den Fachbereichen sind außerdem Security Manager:innen für die Informationssicherheit sowie Datenschutzkoordinator:innen zur besseren Steuerung des DSMS als feste Ansprechpartner:innen etabliert. Systeme und Prozesse der Fachbereiche werden regelmäßig internen Security- und Datenschutz-Assessments unterzogen.

Wir arbeiten 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 werden Unternehmensprozesse auch immer wieder 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 für unsere Kund:innen eine erste gut erreichbare Anlaufstelle für die Meldung von Vorfällen dar.



Unsere Lieferanten und ihre Mitarbeiter:innen 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), das rund um die Uhr besetzt ist, um die Cyberrisiken für das Unternehmen zu reduzieren. Das CDC ist ein zentrales Sicherheitszentrum, das unser Unternehmen vor Cyberangriffen schützt und zusätzlich Hinweise auf Risiken aus weiteren Quellen (z. B. Internet) aufgreift, um präventiv Aktionen einzuleiten. 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 mitigierenden Maßnahmen im Rahmen unseres Risikomanagements für Informationssicherheit und Datenschutz.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 417-1; 418-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2

Vor der Verarbeitung von Daten nehmen wir in den IT-Entwicklungs- und Analyseprozessen sowie auch 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
- 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 gab es begründete Beschwerden in Bezug auf den Verlust und die Verletzung des Schutzes von Kundendaten. Es wurde ein Verfahren wegen Verletzung des Datenschutzes und Verstoßes gegen gesetzliche Vorschriften in diesem Bereich eingeleitet, welches allerdings ohne Bußgeldverhängung eingestellt wurde. Es sind auch sonst keine Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes verhängt worden.

2021 wurden 16 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 u. a. auf Störungen bei Carriern oder von Netzelementen zurückzuführen. Es sind keine Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit verhängt worden.

**Datenschutz und Informationssicherheit**

In Anzahl	2021	2020	2019
Eingeleitete Verfahren aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes (§ 169 TKG) <sup>1</sup>	0	3	0
Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes im laufenden Berichtsjahr	0	0	0
Meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit	16	25	26
Sanktionen in Form von Bußgeldern, die im Zusammenhang mit Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit gezahlt wurden	0	0	0

<sup>1</sup> Unter eingeleiteten Verfahren während des Berichtszeitraums sind nur laufende und nicht abgeschlossene Verfahren zu verstehen. Die drei Verfahren, die für das Geschäftsjahr 2020 berichtet wurden, waren auch im aktuellen Berichtsjahr noch laufend. 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.

<sup>1</sup> Anteil jeweils bei Datenschutz- und Informationssicherheitstrainings auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater:innen sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717).

**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 Datenschutzwebsites unserer Marken für einen direkten und zielgerichteten Zugriff unserer Kund:innen. Hier erklären wir detailliert, welche Arten von Daten die Telefónica Deutschland Gruppe nutzt, wie wir die Daten unserer Kund:innen schützen und was sie selbst für ihren eigenen Schutz tun können. Zudem haben Verbraucher:innen hier die Möglichkeit, von ihren Rechten gemäß DSGVO Gebrauch zu machen. Die Datenschutzzinformationen zu unseren Verträgen erhalten die Kund:innen zusätzlich auch bei Vertragsschluss.

Unsere Mitarbeiter:innen werden regelmäßig und verpflichtend zum Datenschutz und zur Informationssicherheit geschult, auch mit Unterstützung externer Datenschutz- und Sicherheitsexpert:innen. Datenschutzkoordinator:innen, die als Schnittstelle zwischen den Mitarbeiter:innen im Fachbereich und dem Datenschutzteam fungieren, erhalten regelmäßig eine besonders umfangreiche Schulung. Im Berichtsjahr 2021 nahmen 88,5% der Mitarbeiter:innen an dem jährlich verpflichtenden Training zum Datenschutz teil, dies entspricht 6.225 Stunden. Das zweijährliche Pflichttraining zur Informationssicherheit absolvierten 91% der Mitarbeiter:innen in den letzten zwei Jahren, dies entspricht 4.796 Trainingsstunden<sup>1</sup>.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 417-1; 418-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2

Diesen Anteil wollen wir nicht nur weiter auf diesem hohen Niveau halten, sondern noch ausbauen.

2021 haben wir die im Vorjahr gestartete Mitarbeiterkampagne zur Sensibilisierung bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Tagesgeschäft weitergeführt, um das Bewusstsein aller Mitarbeiter:innen für die Bedeutung von Datenschutz zu schärfen und konkrete Tipps zu geben, wie sie unser Unternehmen, unsere Kund:innen und sich selbst schützen können. Die Cyber Security war im Juni 2021 Bestandteil der unternehmensweiten Weiterbildungsinitiative „Digital Basics“. Im Oktober fand der sogenannte Cyber Security Month statt. Dabei haben unsere Sicherheitsteams mit Live-Hacking-Sessions und Videos für die Gefahr von Cyberangriffen, Phishing und Spam sensibilisiert und Schutzmaßnahmen vorgestellt. Dazu gehörten auch Tipps für das sichere Arbeiten im Homeoffice.

Im Berichtsjahr implementierte das Datenschutzteam eine Initiative zur Verbesserung und Vereinfachung der Datenschutzprozesse und Kommunikationsmittel, die die Mitarbeiter:innen in den Fokus stellt. So wurden die Datenschutz-Bereichsseiten und die Darstellung der relevanten Prozesse im Intranet optimiert. Zusätzlich wurden Maßnahmen identifiziert und teilweise bereits umgesetzt, die die Zusammenarbeit mit den relevanten Projekten und internen Ansprechpartner:innen optimieren. Als weitere Maßnahme im Rahmen der Initiative hat Chatbot Dascha seine Arbeit aufgenommen. Er gibt Mitarbeiter:innen im Intranet schnell und einfach Antworten auf Fragen zu Datenverarbeitung und Datenschutz. Dascha enthält bereits 130 vorformulierte Antworten auf etwa 600 Routineanfragen. Der lernfähige Chatbot wird im laufenden Betrieb kontinuierlich trainiert und dadurch immer besser in der Beantwortung.

Nach der DSGVO muss ein effektiver Schutz personenbezogener Daten bereits bei der Konzipierung („Datenschutz durch Technikgestaltung“/

„privacy by design“) und Konfigurierung („daten-schutzfreundliche Voreinstellungen“/„privacy by default“) eines Prozesses oder einer Anwendung wirksam umgesetzt sein. Mit eigenen Tools und Checklisten unterstützen wir unsere Mitarbeiter:innen dabei, alle für den Datenschutz erforderlichen Maßnahmen zu beachten und zu dokumentieren. Alle Bereichsverantwortlichen sind laut DSGVO zudem verpflichtet, ihre Datenschutzmaßnahmen risikoorientiert zu strukturieren und zu managen. Im Rahmen eines 2021 abgeschlossenen Projekts zur dauerhaften Implementierung des Datenschutzes haben wir den Prozess zur Datenschutzberatung überarbeitet und standardisiert. Dieser Prozess soll sicherstellen, dass schon bei der Entwicklung neuer Produkte oder neuer technischer Systeme alle relevanten Datenschutzfragen geklärt werden.

Zweimal wöchentlich haben Mitarbeiter:innen aus allen Fachbereichen die Möglichkeit, in einer Sprechstunde Fragen unter Leitung des Customer Base Managements zu den Themen Kundenkommunikation und Einwilligungsmanagement mit Rechts- und Datenschutz-Expert:innen zu besprechen, um sicherzustellen, dass geplante Kommunikationsmaßnahmen rechts- und wettbewerbskonform umgesetzt werden.

Führen Verträge mit Dienstleistern dazu, dass ein Datenzugriff außerhalb der EU erfolgt, müssen zusätzliche Verträge entsprechend den EU-Vorgaben erstellt werden. 2021 evaluierten wir zu diesem Zweck die Datenschutzniveaus verschiedener Drittländer und entwickelten entsprechende Templates mit Standardvertragsklauseln („Standard Contractual Clauses“).

Im Berichtsjahr optimierten wir unser Informationssicherheits-Management-System weiter und verbesserten unseren Risikomanagementprozess. Außerdem verstärkten wir die Kontrolltätigkeiten bei unseren Vertriebspartnern.

## Datenschutz- und Sicherheitsstandards weiter erhöht

Um unsere Standards für den Schutz von Kunden- und Mitarbeiterdaten weiter zu optimieren, haben wir 2021 u. a. ein E-Mail-Verifikationsprogramm eingeführt und Löschkonzepte implementiert. Mit den fortlaufenden Schulungen der Datenschutzkoordinator:innen in den Fachbereichen erhöhen wir ebenso unsere Datenschutzstandards.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verlagert zunehmend Daten in die Cloud, nicht nur um die Ausfallsicherheit zu erhöhen und die Betriebskosten zu reduzieren, sondern insbesondere um unseren Kund:innen zeitnah maßgeschneiderte Lösungen zu bieten. Im Vorfeld fanden intensive Abstimmungen mit den Aufsichtsbehörden statt und ein umfassendes Sicherheitskonzept wurde eingereicht.

Zur Erhöhung der betrieblichen IT-Sicherheit entwickelte 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. 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) identifiziert und Szenarien entwickelt, die mögliche Angriffsvarianten abbilden. Das innerhalb der Telefónica Deutschland Gruppe gestartete Projekt identifizierte durch diesen Perspektivwechsel eine Reihe von Maßnahmen, die es bis zum Jahr 2022 umzusetzen gilt, um die gruppenweite Sicherheit weiter zu erhöhen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Lieferkettenmanagement

## Commitment

Wir berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien in unseren Einkaufsvorgängen und setzen uns für ökologische, soziale und insbesondere menschenrechtliche Standards in unserer Lieferkette ein.

## Unsere Erfolge

Wir setzen ein neues digitales Einkaufssystem ein und haben ein eigenes, KI-basiertes Lieferantenmonitoring entwickelt, das wir Schritt für Schritt auf alle Lieferanten ausweiten, um potenzielle Risiken früh zu erkennen. 100% der vom Einkauf gesteuerten neue Lieferanten haben sich zur Einhaltung unserer Supply Chain Sustainability Policy verpflichtet. Für unsere Geschäftspartner schneiden wir im EcoVadis Sustainability Assessment, in dem unsere eigene Geschäftstätigkeit in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung bewertet wird, mit „sehr gut“ ab.

**100%**

der neuen Lieferanten haben die Supply Chain Sustainability Policy akzeptiert

**77%**

der Hochrisikolieferanten haben sich einer externen Nachhaltigkeitsbewertung unterzogen (EcoVadis)

## Fokus-SDGs

Wir setzen uns für die Einhaltung von Menschenrechten entlang unserer Lieferkette ein und fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement, das ethische, soziale und ökologische Kriterien einbezieht. Auf diese Weise beabsichtigen wir, überall auf der Welt zu Menschenwürde beizutragen, Armut und Klimawandel zu bekämpfen, Arbeitnehmerrechte zu schützen und ein sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen.



## UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Umgang mit Daten

Wir legen Wert auf einen digitalisierten und transparenten Beschaffungsprozess. Handlungsweisend sind unser Konzernstandard Datenschutz und unsere Sicherheitspolitik.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 412-3

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

# Nachhaltigkeit in der Lieferkette stärken

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Einkauf verantwortungsbewusst gestalten

Der Schutz von Menschen und Umwelt ist uns auch in unseren komplexen globalen Lieferketten wichtig. Wir sind bestrebt, sowohl den steigenden Erwartungen unserer Stakeholder:innen als auch den Anforderungen aus 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. Das Thema Menschenrechte hat für uns eine hohe Relevanz, wir erkennen im eigenen Betrieb und bei unseren direkten Lieferanten umfangreiche Wirkungspotenziale. Aufgrund der

enormen geopolitischen Relevanz des Themas berichten wir über unsere Selbstverpflichtungen und Maßnahmen umfangreich in diesem CR-Bericht und auf der [Website](#) ↗.

Das im Berichtsjahr beschlossene Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz, das 2023 in Deutschland in Kraft tritt, erhöht die Anforderungen an Unternehmen im Hinblick auf die Einhaltung der Menschenrechte über die gesamte Lieferkette hinweg. Wir unterstützen das mit dem Gesetz verbundene Ziel von stabilen und fairen Lieferketten, in denen hohe Menschenrechts- und Umweltstandards gelten, und arbeiten aktiv daran, notwendige Anpassungen im Hinblick auf das neue Gesetz in unserer Organisation vorzunehmen.

Die COVID-19-Pandemie führt nach wie vor zu Lieferengpässen. Der globale Mangel an Halbleitern betrifft alle Branchen und so auch die Telekommunikationsbranche. Im Berichtsjahr waren wir vor allem von Engpässen bei Routern und Modems, mobilen Endgeräten und Netzwerkausrüstung betroffen.

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 Netzwerkausrüstung der globale Markt stark eingeschränkt und die hier agierenden Lieferanten sind kaum austauschbar.

Die Telefónica, S.A. Group und die Telefónica Deutschland Gruppe engagieren 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 zu Bewertungen von Lieferanten über die EcoVadis-Plattform zusammen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 102-48; 308-1; 308-2; 412-3

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8



Die Telefónica Deutschland Gruppe hat beim EcoVadis-Assessment im Berichtsjahr mit Platin die höchste Bewertung erreicht. In den Kategorien Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Nachhaltige Beschaffung und Ethik gehören wir zu den besten 1% der von EcoVadis bewerteten Unternehmen in der Telekommunikationsbranche.

**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 Dienstleistungen einschließlich der Registrierung neuer Lieferanten, die Prozesshöhe 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. Dieses Modell steht im Einklang mit unseren Geschäftsgrundsätzen und basiert auf Transparenz, Chancengleichheit, objektiver Entscheidungsfindung und nachhaltigem Management unserer Lieferkette. 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. Wir haben über die gesamte Telefónica, S.A. Group ein neues digitales Einkaufssystem implementiert, in Deutschland im Januar 2022, das anders als das Vorgängersystem cloudbasiert arbeitet und allen Einkäufer:innen weiterhin Auskunft über finanzielle Risiken (Dun & Bradstreet) und die EcoVadis-Scores gibt.

Die Telefónica Deutschland Gruppe arbeitet weltweit mit den Ländergesellschaften des Konzerns zusammen und steht in engem Austausch mit der TGS und der 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 u. a. mit den Abteilungen Corporate Responsibility & Sustainability (CR-&-S), 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-Einkäufer:innen mit dem EcoVadis-Score die wichtigsten nachhaltigkeitsbezogenen Parameter bezüglich der Risikolieferanten zur Verfügung. Die CR-&-S-Abteilung berichtet dazu an den Chief Officer Legal & Corporate Affairs.

Nachhaltiges Lieferantenmanagement ist Bestandteil unseres Responsible Business Plan 2025. Dabei achten wir besonders auf Themen im Zusammenhang mit der Lieferkette, die hohe soziale und ökologische Auswirkungen haben. Die Basis für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten bildet die [Supply Chain Sustainability Policy \(SCSP\)](#), die von der internen 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. 45](#).

**Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Gesellschaft**  
Einkaufsvolumen in %/Gesamt





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 102-48; 308-1; 412-3; 414-1; 414-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Zu den Richtlinien, die uns als Handlungsprinzipien für eine nachhaltige Lieferkette dienen, gehören zusammenfassend folgende Richtlinien der Telefónica Deutschland Gruppe:

- die [Supply Chain Sustainability Policy](#) ↗
- die Einkaufsrichtlinie
- die Allgemeinen Bedingungen für die Lieferung von Waren und Dienstleistungen
- die [Beschaffungsrichtlinie für geringen CO<sub>2</sub>-Ausstoß](#) ↗
- die [Menschenrechtsrichtlinie](#) ↗
- die [Antikorruptionsrichtlinie](#) ↗
- die [Antidiskriminierungspolicy](#) ↗
- der Konzernstandard Datenschutz
- die Sicherheitspolitik
- die Gesundheitspolitik mit dem Handbuch zum Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement
- die [Umweltrichtlinie](#) ↗
- die [Energierichtlinie](#) ↗

Lieferanten und ihre Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, zur Einhaltung der Mindestanforderungen für nachhaltiges Wirtschaften Fragen zu stellen oder Beschwerden zu melden. Dazu können sie den Kanal auf unserer 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 ausgerichtet, 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 das Bewusstsein schaffen, welches für eine Stärkung des Nachhaltigkeitsmanagements in der Lieferkette notwendig ist.

Wir legen ein besonderes Augenmerk auf lieferkettenrelevante Themen mit weitreichenden sozialen und ökologischen Auswirkungen, die sowohl für die Branche als auch für unsere Unternehmensstrategie bedeutend sind. Dabei stützen wir uns auf ein unternehmensweites Beschaffungsmodell der Telefónica, S.A. Group, das mit unseren Prinzipien der verantwortungsvollen Unternehmensführung in Einklang steht und auf Transparenz, Chancengleichheit, objektiver Entscheidungsfindung und Nachhaltigkeit basiert.

Lieferanten erhalten alle relevanten Informationen auf unserer Lieferantenwebsite. Wir setzen bei unserem nachhaltigen Lieferantenmanagement auf Risikobegrenzung und vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Lieferanten.

#### Schritt 1: Umsetzung von Mindestanforderungen

Alle Lieferanten müssen sich vertraglich zur Einhaltung der in der SCSP festgelegten Mindestanforderungen für verantwortliches Wirtschaften verpflichten. Die Richtlinie ist die Basis für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten und die Steuerung des gesamten Lieferkettenmanagements. Die globale SCSP müssen die Lieferanten während der Registrierung im Lieferantenregis-

trierungsportal akzeptieren, die lokale SCSP in der E-Sourcing-Vorlage. Lieferanten, mit denen wir bereits länger zusammenarbeiten, müssen einen Renewal-Prozess durchlaufen und dabei der jeweils aktuellen SCSP innerhalb eines Jahres nach deren Integration zustimmen. 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), die Antikorruptionserklärung, die Datenschutzrichtlinie sowie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der [Lieferantenwebsite](#) ↗.

Mit dem „Supplier Risk and Compliance Dashboard“ haben wir seit 2020 ein Hilfsmittel im Einsatz, das den Mitarbeiter:innen im Einkauf und bei CR-&-S Daten und Informationen über Lieferanten übersichtlich verfügbar macht. Auch die EcoVadis-Scores zu jedem Lieferanten sind zugänglich. Darüber hinaus hat unser Bereich Digital & Data Competence Center (DDC) im Berichtsjahr ein eigenes KI-basiertes Lieferantenmonitoring entwickelt. Mehr als 150 Mio. Websites und über 20 Social-Media-Plattformen in drei Sprachen werden dabei gescreent, um potenzielle Risiken





Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 102-48; 409-1; 412-3; 414-1; 414-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

frühzeitig zu erkennen. Nach einem Pilotversuch mit 80 unserer unmittelbaren Lieferanten, in dem auch Umwelt- und Sozialkriterien berücksichtigt werden, weiten wir 2022 das Monitoring sukzessive auf alle direkten Lieferanten und im Anschluss auf alle mittelbaren Lieferanten aus. Die plausibilisierten Ergebnisse werden dann in das „Supplier Risk and Compliance Dashboard“ überführt.

Ebenso wollen wir in dieses Dashboard Ergebnisse der Analyse von Emissionen in der Lieferkette integrieren. Denn bei der Dekarbonisierung von Unternehmen hilft auch das mit Wayra kooperierende Start-up The Climate Choice. Wir nutzen die Softwareplattform von The Climate Choice, um klimafokussierte Daten von rund 1.000 Lieferanten zu erfassen. Die Top-50-Lieferanten werden darüber hinaus eingeladen, ein softwaregestütztes Klima-Rating durchzuführen, um Potenziale zur Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen zu identifizieren. Die so erschlossenen qualitativen und quantitativen Daten sollen als Grundlage einer Strategie zur Dekarbonisierung der Telefónica Deutschland Gruppe im Scope 3 dienen, um die Emissionen in der eigenen Lieferkette zu analysieren und schließlich zu reduzieren.

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im Berichtsjahr mit der Telefónica, S.A. Group an der Erstellung und Implementierung der Verfahrensanweisung zur SCSP für die Fachbereiche, den Einkauf und die CR-Abteilung gearbeitet. Diese soll klare operative Verantwortlichkeiten entlang des Einkaufsprozesses (MCT) festlegen und definieren, wie die Regeln der SCSP umgesetzt und ihre Anwendung während der gesamten Vertragslaufzeit nachgehalten werden sollen. Weil alle Prozesse und Strukturen wegen des neuen Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetzes überarbeitet werden müssen, wird die Implementierung der Verfahrensanweisung erst 2023 erfolgen können.

Im Berichtsjahr hat der Vorstand der Telefónica Deutschland Gruppe eine neue Einkaufsrichtlinie verabschiedet, die 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: Jeder Einkäufer muss bestimmte Fragen zur Nachhaltigkeitsleistung des Lieferanten in Abstimmung mit diesem beantworten und, falls vorhanden, seinen

EcoVadis-Score angeben. Dieses Nachhaltigkeitsassessment wird in den Lieferantenbewertungen konsequent berücksichtigt. Überdies sind in der Einkaufsrichtlinie auch die Grundsätze unseres verantwortungsbewussten Beschaffungs- und Lieferantenmanagements sowie die zentralen Nachhaltigkeitsanforderungen auf ethischem, sozialem, ökologischem und datenschutzbezogenem Gebiet verankert.

Mit Stand zum Ende des Berichtsjahres 2021 haben 100% (2020: 99%) unserer vom Einkauf gesteuerten Lieferanten die Antikorruptionserklärung akzeptiert<sup>1</sup>. 100% der neuen Lieferanten haben sich zur Einhaltung der Supply Chain Sustainability Policy verpflichtet<sup>2</sup>. Damit berücksichtigen wir Nachhaltigkeitskriterien bei unserem gesamten Einkaufsvolumen, welches über unser Telefónica Einkaufsmodell (MCT) läuft. Bis Ende 2023 sollen auch Lieferanten die Supply Chain Sustainability Policy akzeptieren, die sich außerhalb dieses Einkaufsprozesses befinden (Non-MCT) wie beispielsweise Low-Value-Einkaufsvorgänge oder unternehmensübergreifende Abwicklungen wie Lizenzen oder Spenden.

**Unser Ansatz: nachhaltiges Lieferkettenmanagement**



<sup>1</sup> Betrifft alle neuen Lieferanten, die im Berichtsjahr beauftragt wurden.

<sup>2</sup> Alle neuen Lieferanten sind als Vertragspartner dazu verpflichtet, die Supply Chain Sustainability Policy zu akzeptieren.



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

**Mindestanforderungen für verantwortliches Wirtschaften, die in der Supply Chain Sustainability Policy definiert sind**

**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

**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

**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



**Meldestellen für Lieferanten und Betroffene**

Lieferanten und ihre Mitarbeiter:innen 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 anonyme Kontaktaufnahme mit einem unabhängigen Anwalt als [Ombudsmann](#) 📧.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 102-48; 308-1; 408-1; 409-1; 412-3; 414-1; 414-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

**Schritt 2: Identifizierung von Hochrisikolieferanten**

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, Wahrung der Privatsphäre und Datenschutz sowie Kundenversprechen.

Zweites Kriterium: Wir gewichten das Risiko nach der Herkunft der Dienstleistung oder des Produkts sowie seiner Komponenten. In dieser Analyse haben wir auch die Auswirkungen potenzieller Risiken im Zusammenhang mit der aktuellen Pandemie in den einzelnen Herstellungsländern berücksichtigt.

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.

Diese dreistufige Risikoanalyse wird zu Beginn jedes Jahres für Telefónica, S.A. Group durchgeführt und ermöglicht es uns, potenziell risikobehaftete Lieferanten in unserem Lieferantenbestand unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu identifizieren.

Unterschieden wird nach Lieferanten mit geringem, mittlerem und hohem Risiko. 59 von 760 Lieferanten (2020: 67 von 752) wurden 2021 als potenzielle Hochrisikolieferanten identifiziert<sup>1</sup>. Stellen wir bei Lieferanten ein hohes Risiko fest, werden diese von uns zur Teilnahme am EcoVadis-Assessment aufgefordert (siehe Schritt 3).

Die Telefónica Deutschland Gruppe nimmt gleichfalls regelmäßig tiefergehende Risikoanalysen in der Lieferkette vor. 2019 und 2020 haben wir eine menschenrechtsbezogene Risikoanalyse für die Produktgruppe Mobiltelefonie & Zubehör sowie Services & Works durchgeführt. Ein internes Human Rights Assessment zur Risikoidentifizierung für die Telefónica Deutschland Gruppe führen wir jährlich durch, so auch 2021. Die Ergebnisse stehen auf unserer Website zum Thema Menschenrechte zur Verfügung. Die nächste umfassende Risikoanalyse ist für 2022 geplant.

**Schritt 3: Bewertung der Leistung unserer Hochrisikolieferanten**

In einem nächsten Schritt überprüfen wir die möglichen Risiken derjenigen potenziellen Risikolieferanten, die in der ersten Analyse identifiziert wurden. Unsere Einkäufer:innen nutzen zwei Online-Tools in der Einkaufsplattform:

- EcoVadis: Wir führen eine 360°-Bewertung unserer wichtigsten Risikolieferanten anhand von 21 Nachhaltigkeitskriterien durch, die ethische, soziale und ökologische Aspekte sowie Aspekte des Lieferkettenmanagements, einschließlich Konfliktmineralien, abdecken. Die Lieferantenbewertungen aus EcoVadis sind in unserer Beschaffungsplattform integriert, welche es unseren Einkäufer:innen in den verschiedenen Ländern ermöglicht, Informationen online einzusehen.
- Dow Jones Risk & Compliance Service: Wir überprüfen unsere Lieferantendatenbank mit Factiva, der von Dow Jones Risk & Compliance erstellten Datenbank. Dieses Screening findet täglich statt. Dank dieses Tools können wir potenzielle Risiken im Zusammenhang mit ethischem Verhalten und Korruption erkennen und so die bereits bestehenden Prozesse zur Einhaltung unserer Antikorruptionsrichtlinie verstärken.

**Leistungsbezogene Maßnahmen**

Nachhaltigkeitsperformance	Maßnahmen
Führend	Zusammenarbeit mit dem Lieferanten zur Ermittlung möglicher Verbesserungen oder zum Austausch von bewährten Verfahren
Fortgeschritten	
Moderat	
Teilweise	Aufforderung an den Lieferanten, sich zur Umsetzung eines Verbesserungsplans im kommenden Jahr zu verpflichten, mit dem Ziel, 44 Punkte zu übertreffen
Unzureichend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präventive Aussetzung des Geschäfts mit dem Lieferanten</li> <li>• Bericht und Vereinbarung eines Verbesserungsplans mit dem Lieferanten</li> </ul>

<sup>1</sup> Im Jahr 2021 haben wir die Analysemethode angepasst, um uns auf die Lieferanten zu konzentrieren, die einen wesentlichen Einfluss auf das Geschäft und die Strategie des Unternehmens haben.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 102-48; 308-1; 308-2; 408-1; 409-1; 412-3; 414-1; 414-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Wenn ein Lieferant die vereinbarten Standards, die über EcoVadis und Dow Jones Risk & Compliance Service überprüft werden, 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 auf Basis der getroffenen vertraglichen Vereinbarungen. Zusätzlich können weitere Geschäfte mit dem Lieferanten ausgesetzt werden, bis eine Umsetzung der verlangten Korrektur nachgewiesen wurde.

77 % der im Jahr 2021 identifizierten potenziellen Hochrisikolieferanten sind in EcoVadis bewertet. Damit erhalten wir die Möglichkeit, konkrete Verbesserungsmaßnahmen einzufordern und deren Umsetzung nachzuhalten. 13 der potenziellen Hochrisikolieferanten verfügen bereits über Aktionspläne zur Verbesserung (mehr dazu unter Schritt 4). Dies entspricht 22 % der Hochrisikolieferanten.

Unser Ziel bis 2024 ist es, dass nahezu 100 % der Hochrisikolieferanten eine EcoVadis-Bewertung aufweisen.

**Nachhaltiges Lieferantenmanagement: Kennzahlen**

		2021	2020
Lieferanten, die als potenzielle Hochrisikolieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeit identifiziert wurden <sup>1</sup>	Anzahl	59	67
Anteil der Hochrisikolieferanten, die sich einer externen Nachhaltigkeitsbewertung unterzogen haben (EcoVadis)	%	77	36
Anzahl der potenziellen Hochrisikolieferanten mit einem Verbesserungsplan	Anzahl	13	18
Anteil der potenziellen Hochrisikolieferanten mit Verbesserungsplan	%	22	27
Anteil der Einkaufslieferanten, die die Antikorruptionserklärung akzeptiert haben <sup>2</sup>	%	100	99
Anteil der Einkaufslieferanten, die die Supply Chain Sustainability Policy akzeptiert haben <sup>2,3</sup>	%	100	100

<sup>1</sup> Im Jahr 2021 haben wir die Analysemethode angepasst, um uns auf die Lieferanten zu konzentrieren, die einen wesentlichen Einfluss auf das Geschäft und die Strategie des Unternehmens haben. Dies hat ebenso Auswirkungen auf die weiter folgenden Indikatoren.

<sup>2</sup> Betrifft alle neuen Lieferanten, die im Berichtsjahr beauftragt wurden.

<sup>3</sup> Alle neuen Lieferanten (MCT) sind als Vertragspartner dazu verpflichtet, die Supply Chain Sustainability Policy zu akzeptieren.

Wir haben im Berichtsjahr weiterhin Lieferanten über SuMa (Supplier Management der TGS) bewertet: So wurden 49 Bewertungen bei 38 Lieferanten durchgeführt. Auch im SuMa-Prozess werden EcoVadis-Bewertungen betrachtet und ausgewertet.

Im Berichtsjahr wurden keine erheblichen tatsächlichen oder potenziell negativen Umweltauswirkungen bei einzelnen Lieferanten ermittelt.

**Schritt 4: Audits bei Hochrisikolieferanten und Präventionsmaßnahmen**

Die Leistungsbewertung der Hochrisikolieferanten wird durch unseren jährlichen Auditplan ergänzt, um die Einhaltung der kritischen Aspekte zu überprüfen, die je nach Art des Lieferanten, der erbrachten Dienstleistung und des Produkts sowie der Risiken der einzelnen Regionen oder Länder ermittelt wurden. Die Audits beinhalten Verbesserungspläne, die mit 100 % der Lieferanten vereinbart werden, die irgendeinen der Aspekte, die negative soziale oder ökologische Auswirkungen

haben können, nicht einhalten. Hier setzen wir auf die Kooperation mit weiteren Unternehmen aus der Informations- und Kommunikationstechnologie, die in der Initiative JAC zusammengeschlossen sind. Die Audits von JAC umfassten im Jahr 2021 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 2021 wurden über JAC 71 Vor-Ort-Audits (davon 60 Telefónica gruppenweite Lieferanten) durchgeführt, mit 402 Verbesserungsmaßnahmen, um die identifizierten Risiken in den Bereichen Ethik, Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, Menschenrechte (Kinderarbeit und Zwangsarbeit), Konfliktmineralien, Umwelt sowie Datenschutz und Informationssicherheit zu beheben. Dies betraf u. a. die Anpassung von Produktionsplänen, um die Einhaltung der maximal zulässigen Arbeitszeit zu gewährleisten, Kontrollmechanismen, um das Zahlen von Mindestlöhnen zu garantieren, die Bereitstellung von Notausgängen sowie Schulungen zum Einsatz von Schutzausrüstung. Außerdem wurden Pläne mit konkreten Einsparmaßnahmen für Energie und CO<sub>2</sub>-Emissionen entwickelt und implementiert.

Auf Ebene der Telefónica S.A., Group haben wir unser Programm zum Klimawandel mit den wichtigsten Lieferanten fortgesetzt, um den Stand ihrer Klimastrategien zu verstehen und ihnen zu helfen, ehrgeizigere Ziele zur Emissionsreduzierung zu setzen. In diesem Sinne haben wir die gemessen an den Emissionen wichtigsten Zulieferer in das CDP-Supply-Chain-Programm aufgenommen. Die Telefónica, S.A. Group hat sich dafür dem **Climate Pledge** angeschlossen und sich verpflichtet, bis 2040 Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen auch in Scope 3 zu erreichen – ein Jahrzehnt vor dem im Pariser Abkommen festgelegten Termin.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**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; 308-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

„The Climate Pledge“ (das Klimaversprechen) ist ein Aufruf an Unternehmen und Organisationen, gemeinsam gegen die größte Krise der Welt vorzugehen und gemeinsam auf einen sicheren und gesunden Planeten für die nächsten Generationen hinzuwirken.

In einer weiteren Arbeitsgruppe für existenzsichernde Löhne im Rahmen der JAC-Initiative arbeitet die Telefónica, S.A. Group daran, existenzsichernde Löhne in der Informations- und Kommunikationstechnik-(IKT)-Lieferkette zu gewährleisten. Mit Hilfe des JAC-Protokolls, das wir auf alle im Rahmen der Initiative durchgeführten Audits anwenden, tragen wir dazu bei, dass die Lieferanten ihren Mitarbeiter:innen einen fairen und angemessenen Lohn zahlen, der hoch genug ist, um einen angemessenen Lebensstandard zu gewährleisten. Zudem gibt es eine Arbeitsgruppe für Menschenrechte, die 2021 im Rahmen der JAC-Initiative gegründet wurde, um die Achtung der Menschenrechte in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu fördern. Gemeinsam analysieren wir neue Vorschriften und Trends, die sich auf unsere Lieferanten auswirken können, und setzen Initiativen um, um potenziellen Risiken in der IKT-Lieferkette entgegenzuwirken.

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im Jahr 2021 darüber hinaus eigene lokale Audits durchgeführt. Dies betraf Vor-Ort-Überprüfungen bei acht Lieferanten in den Risikobereichen Privatsphäre und Datenschutz. Sechs weitere Audits, die keinen Vor-Ort-Bezug hatten, wurden im Bereich Datenschutz durchgeführt; zudem 122 Vor-Ort-Überprüfungen bei zehn Lieferanten im Risikobereich Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz. Verbesserungspläne wurden erarbeitet und umgesetzt, sofern Nichtkonformitäten festgestellt wurden.

## 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 Auseinandersetzungen 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 Transparenz der Herkunft und Kontrolle über die Verwendung dieser Mineralien in seiner gesamten Wertschöpfungskette.

Unsere Richtlinie für Mineralien ist in unserer [SCSP](#)  dargelegt und basiert auf den OECD-Leitlinien für die Sorgfaltspflicht bei Mineralien („Due Diligence Guidelines for Responsible Supply Chains for Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas“). Alle unsere Lieferanten müssen diese Richtlinie akzeptieren und sich damit zu einer verantwortungsvollen Beschaffung von Mineralien verpflichten. 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 aus Mineralien-Perspektive werden über die EcoVadis-Plattform bewertet, hinsichtlich der Implementierung von Richtlinien und Due-Diligence-Prozessen zu Konfliktmineralien sowie von Risikominderungsmaßnahmen. Darüber hinaus verlangt die Telefónica, S.A. Group von unseren Hauptlieferanten die Conflict-Minerals-Berichtsvorlage (Conflict Minerals Reporting Template (CMRT)) der Responsible Minerals Initiative (RMI), um die Transparenz über die in der gesamten Lieferkette eingesetzten Schmelzwerke und Raffinerien zu erhöhen. Die Antworten der Lieferanten werden überprüft und es werden Pläne für Abhilfemaßnahmen bei festgestellten Risiken festgelegt, die dann weiterverfolgt werden. Die Umsetzung der Maßnahmen wird erforderlichenfalls über JAC-Audits geprüft.

Die Telefónica, S.A. Group engagiert sich als Mitglied in der Responsible Minerals Initiative (RMI) und der Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA) für Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6

# Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten

## 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 oder des Datenschutzes.

Auf internationaler Ebene tragen eine Reihe von Abkommen und Verträgen dazu bei, die Bedeutung 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 in dem 2021 vom Deutschen Bundestag verabschiedeten Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) zum Ausdruck kommt.

Wir bekennen uns zu den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen. In Ergänzung zu unseren [Geschäftsgrundsätzen](#) und unserem [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. Wir respektieren das Recht auf Zugehörigkeit zu einer gewerkschaftlichen Organisation und treten ein für Chancengleichheit und Gleichbehandlung aller Menschen unabhängig von Hautfarbe, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Geschlecht oder sexueller Orientierung.

Jede Form der Kinder- oder Zwangsarbeit lehnen wir ab. Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) hatte das Jahr 2021 zum internationalen Jahr der Abschaffung von Kinderarbeit erklärt, doch aufgrund der COVID-19-Pandemie wurde das Ziel verfehlt. Jahrelange Erfolge im Kampf gegen Kinderarbeit stehen auf dem Spiel, denn mit der Armut steigt die Bedeutung von Kinderarbeit als Bewältigungsmechanismus für betroffene Familien. Wir fühlen uns Kindern und Jugendlichen und ihrem Schutz in besonderer Weise verpflichtet. Das gilt für all unsere Geschäftsaktivitäten. Dabei orientieren wir uns an den Grundsätzen zu Kinderrechten und unternehmerischem Handeln von UNICEF („Children’s Rights and Business Principles“) sowie den Kinderrechtskonventionen der Vereinten Nationen und der ILO.

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 sind uns der Tatsache bewusst, dass wir aufgrund der Art und Reichweite unserer Geschäftstätigkeit mit dem Risiko möglicher Menschenrechtsverletzungen entlang der Wertschöpfungskette konfrontiert sind. Datenschutz und -sicherheit, Meinungsfreiheit und



menschenwürdige Arbeitsbedingungen sind einige Beispiele für Rechte, bei denen wir eine wesentliche Rolle spielen und die wir intern (Mitarbeiter:innen) und extern (Lieferanten und Kund:innen) durchsetzen. Allerdings ist die Konnektivität auch ein wichtiges Instrument zur Erleichterung und Förderung der Menschenrechte, z. B. durch den Zugang zu Informationen und den Austausch von Ideen. Wir sehen dieses Potenzial als Chance, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die die wirtschaftliche und soziale Entwicklung fördern.

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.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16

**UNGC-Prinzipien** 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.

Unser Menschenrechtskomitee treibt das Thema fachbereichsübergreifend voran und steht dazu im kontinuierlichen Austausch mit dem Vorstand. Vertreten sind die Abteilungen CR-&-S, 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 Mitarbeiter:innen – auch für verbundene Unternehmen – zur Verfügung stehen, übernehmen entsprechend ihres Bereichs weitere Aufgaben. Der CR-&-S-Abteilung obliegt die Steuerung des Menschenrechtskomitees und die Durchführung von menschenrechtsbezogenen Risikoanalysen.

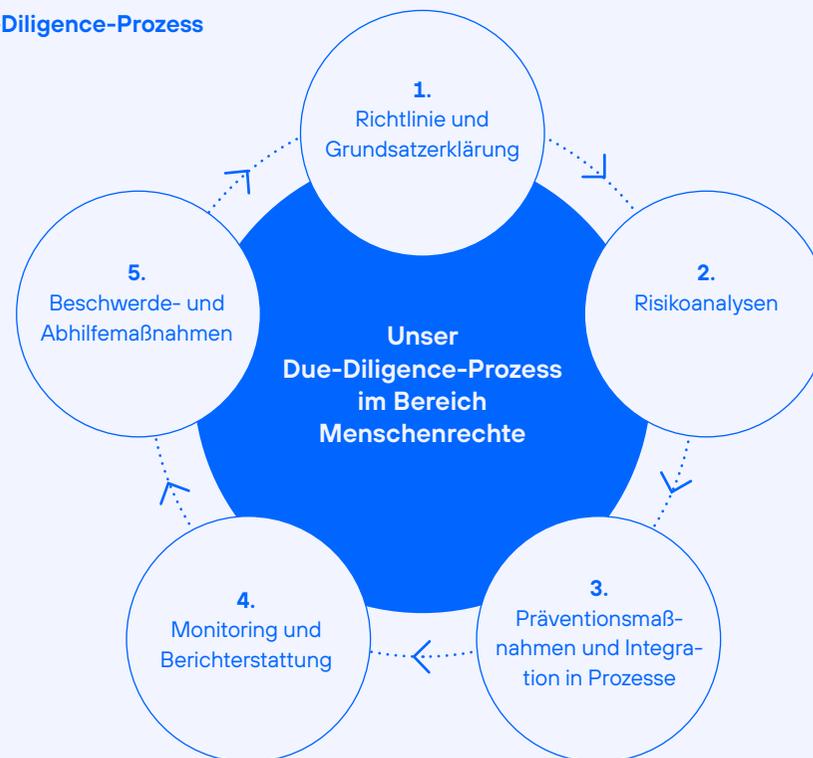
Mit dem Menschenrechtskomitee erreichen wir eine schnelle Handlungsfähigkeit, wenn es um die Beantwortung oder Behandlung von gemeldeten menschenrechtsrelevanten Vorfällen in unserem Menschenrechtsmeldekanal oder um notwendige Anpassungen von Managementansätzen und Richtlinien geht. Es gewährleistet 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:

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

**Unser Due-Diligence-Prozess**





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

## Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16; 205-2; 408-1; 409-1; 412-2; 412-3

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6

tatsächlichen negativen Auswirkungen auf Menschen zu ermitteln und Maßnahmen zu ergreifen, um solchen Auswirkungen vorzubeugen und sie zu vermeiden, zu beenden oder auch wiedergutmachen, 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 Mitarbeiter:innen, 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. Dieser stimmen Lieferanten während des Lieferantenregistrierungsprozesses in digitaler Form zu, andernfalls können sie den Beauftragungsprozess nicht fortsetzen. Mehr Informationen dazu finden sich im [Kapitel „Lieferkettenmanagement“](#).

### STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

## Der Human Rights Due Diligence Process in der Umsetzung

### 1. Policy: Menschenrechtsrichtlinie und Grundsatzerklärung

Die Telefónica Deutschland Gruppe bekennt sich in einer [Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte](#) und zur Verantwortung für ihre Wertschöpfungskette. Bestandteil der Grundsatzerklärung 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 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 Kund:innen, den Mitarbeiter:innen, der Gesellschaft und den Geschäftspartnern eingegangen, außerdem werden die Arbeitsschritte im Rahmen des Human Rights Due Diligence Process erläutert.

Das ab 2023 geltende LkSG verpflichtet Unternehmen dazu, ein angemessenes und wirksames Risikomanagement zur Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten einzurichten, das in allen maßgeblichen Geschäftsabläufen durch angemessene Maßnahmen verankert wird. Die Telefónica Deutschland Gruppe verfügt bereits über die notwendigen Bausteine eines solchen Risikomanagements und hatte sich das Ziel gesetzt, bis Ende 2021 unternehmensweite Prozesse und Strukturen zur Sicherstellung der Compliance mit dem LkSG aufzubauen. Die Komplexität dieser Aufgabe machte es erforderlich, die Zielerreichung auf 2022 zu verschieben.

Mit der Erarbeitung von Prozessen und Strukturen sind wir im Berichtsjahr einen großen Schritt weitergekommen: Wir haben begonnen, eine Verfahrensweisung zur Menschenrechtsstrategie zu entwickeln. Sie definiert die Prozesse und Strukturen der Human Rights Due Diligence, die zur Erfüllung des LkSG nötig werden. Die Menschenrechtsrichtlinie wurde im Berichtsjahr in die neu überarbeitete Spendenrichtlinie und die Einkaufsrichtlinie aufgenommen, um die Managementansätze um menschenrechtliche Aspekte zu erweitern. Darüber hinaus wurden Menschenrechtsaspekte in die [Richtlinie zu ethisch verantwortungsvoller Kommunikation](#)

sowie in die interne Marketingrichtlinie integriert. Besonderes Augenmerk galt hier den ökologischen Vorgaben sowie dem Schutz von Kindern und Jugendlichen. Wir sind bestrebt, bis zum Ende des Jahres 2022 relevante Bestandteile unserer Menschenrechtsrichtlinie weiter in bestehende Managementansätze zu integrieren.

### 2. Risikoanalysen: menschenrechtliche Risiken und Handlungsfelder bestimmen

Die Telefónica Deutschland Gruppe führt eine jährliche Analyse von menschenrechtlichen Risiken im Rahmen des unternehmensweiten Risikomanagementprozesses durch. Dabei werden menschenrechtliche Risiken aus zwei Blickwinkeln betrachtet: 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. Das Assessment im Jahr 2021 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.

Darüber hinaus führt die Telefónica, S.A. Group regelmäßig Impact Assessments auf globaler und nationaler Ebene durch, zuletzt 2013 und 2018. Dabei werden externe Expert:innen z. B. der Organisationen „Business for Social Responsibility“ oder „Business and Human Rights“ hinzugezogen. Mithilfe dieser Assessments wollen wir verstehen, wie sich unsere Geschäftstätigkeit, unsere Geschäftsbeziehungen sowie unsere Produkte und Services auf Menschenrechte auswirken, und die Themen ermitteln, die für den Konzern vorrangig sind und für die wir spezifische Maßnahmen durchführen werden. Dazu zählen etwa die Bereiche Netzwerk und künstliche Intelligenz oder Menschenrechtsthemen wie sichere Arbeitsbedingungen, Kinderrechte, Privatsphäre und Meinungsfreiheit.



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16; 412-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6

 <b>Direktes Handeln</b>	<b>Netzwerkbereitstellung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liegenschaften</li> <li>• Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit</li> <li>• Information</li> </ul>	<b>Allgemeine Geschäftsbedingungen für Produkte/Dienstleistungen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gleichstellung und Nichtdiskriminierung</li> <li>• Freie Meinungsäußerung</li> <li>• Verantwortungsvolle Kommunikation</li> <li>• Datenschutz</li> <li>• Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit</li> <li>• Geistiges und gewerbliches Eigentum sowie Copyright</li> </ul>	<b>Neue Technologien sowie Entwicklungen im Zusammenhang mit künstlicher Intelligenz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenschutz</li> <li>• Sicherheit</li> <li>• Gleichstellung und Nichtdiskriminierung</li> <li>• Weitere möglicherweise betroffene Rechte</li> </ul>	<b>Arbeitsbedingungen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gleichstellung und Nichtdiskriminierung</li> <li>• Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit</li> <li>• Gerechte und sichere Arbeitsbedingungen</li> <li>• Vereinigungsfreiheit, sozialer Dialog und Gewerkschaftsrechte</li> <li>• Zwangsarbeit und andere moderne Formen der Sklaverei</li> <li>• Kinderarbeit und Arbeitsschutz für Minderjährige</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indigene Bevölkerung</li> <li>• Lokale Gemeinschaften</li> <li>• Eigene Mitarbeiter:innen</li> <li>• Arbeiter:innen in unserer Lieferkette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugendliche/Senior:innen</li> <li>• Frauen</li> <li>• Personen mit Beeinträchtigungen</li> <li>• Weitere Gruppen, die potenziell benachteiligt sind</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugendliche/Senior:innen</li> <li>• Frauen</li> <li>• Personen mit Beeinträchtigungen</li> <li>• ethnische Minderheiten</li> <li>• Weitere Gruppen, die potenziell benachteiligt sind</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigene Mitarbeiter:innen</li> <li>• Jugendliche/Senior:innen</li> <li>• Frauen</li> <li>• Personen mit Beeinträchtigungen</li> <li>• ethnische Minderheiten</li> <li>• Weitere Gruppen, die potenziell benachteiligt sind</li> </ul>

 <b>Indirektes Handeln</b>	<b>Lieferkette</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gleichheit und Nichtdiskriminierung</li> <li>• Arbeitsrechte im Zusammenhang mit Konfliktmineralien</li> <li>• Zwangsarbeit und andere moderne Formen der Sklaverei</li> <li>• Kinderarbeit</li> </ul>	<b>Fusionen, Übernahmen und strategische Partnerschaften</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeiter:innen in unserer Lieferkette</li> <li>• Jugendliche/Senior:innen</li> <li>• Frauen</li> <li>• Personen mit Beeinträchtigungen</li> <li>• ethnische Minderheiten</li> <li>• Weitere Gruppen, die potenziell benachteiligt sind</li> </ul>	

<b>Beitrag zu</b>	Umweltauswirkungen	Wettbewerbswidriges Verhalten	Finanzberichterstattung	Digitale Kluft	Kampf gegen Korruption und Bestechung	Bildung
-------------------	--------------------	-------------------------------	-------------------------	----------------	---------------------------------------	---------



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16; 205-2; 408-1; 409-1; 412-1; 412-2; 412-3

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6

Ergänzend hat die Telefónica Deutschland Gruppe ihre bisherigen Bestrebungen durch eigene menschenrechtliche Risikoanalysen für bestimmte Produktgruppen erweitert, um potenzielle menschenrechtliche Risiken im eigenen Geschäftsbe- reich sowie bei unmittelbaren Zulieferern zu identi- fizieren: im Jahr 2018 die Analyse für Mobiltelefone und Zubehör sowie im Jahr 2020 für den Bereich Services & Works (Dienst- und Serviceleistungen). Anhand der Ergebnisse haben wir für die Telefónica Deutschland Gruppe neun menschenrechtliche Handlungsfelder identifiziert, auf die wir uns konzen- trieren wollen.

Die Ergebnisse unserer Risikoanalysen können auf unserer [Website](#) eingesehen werden. Bis Ende 2022 wollen wir die Maßnahmen umsetzen, die wir aus der menschenrechtlichen Risikoanalyse im Bereich Services & Works abgeleitet haben, wie etwa die Weiterentwicklung des menschenrechts- bezogenen Beschwerdekanaals und die noch trans- parentere Kommunikation an direkt Betroffene. Wir führen in den nächsten Jahren weitere spezifische Risikoanalysen für bestimmte Aspekte oder Pro- duktgruppen durch.

### 3. Präventionsmaßnahmen und Integration in Prozesse

Wir verstehen unseren Einsatz zur Wahrung der Menschenrechte und die Durchführung entspre- chender Risikoanalysen als kontinuierlichen Pro- zess, den es stets anzupassen und weiterzuentwi- ckeln gilt. Wir integrieren die Schlussfolgerungen aus den Risikoanalysen in unsere Prozesse, legen Maßnahmen zu prioritären Themen fest und wollen diese regelmäßig hinsichtlich ihrer Wirksamkeit überprüfen.

Das grundlegende Menschenrechtsrisiko haben wir in das Risikomanagementsystem der Telefónica Deutschland Gruppe aufgenommen. Grundsätz- liche potenzielle Risiken menschenrechtlicher und

#### Identifizierte menschenrechtliche Handlungsfelder der Telefónica Deutschland Gruppe

1. Verbot der Diskriminierung, Recht auf Chancengleichheit und Gleichbehandlung
2. Verbot von Sklaverei und Zwangsarbeit
3. Verbot von Kinderarbeit, Schutz von Minderjährigen
4. Gedanken-, Meinungs-, Religionsfreiheit
5. Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit
6. Recht auf Freiheitssphäre und Selbstbestimmung
7. Recht auf Arbeit, fairen Lohn, sichere Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheit
8. Recht auf Gesundheit, Wohlfahrt und Arbeitssicherheit
9. Recht auf Bildung, Weiterbildung, Ausbildung

ökologischer Aspekte werden von den einzelnen Geschäftsbereichen in ihre bestehenden Ma- nagementprozesse integriert und entsprechende Maßnahmen zur Minimierung priorisierter Risiken umgesetzt. Dass wir im Berichtsjahr eine Richtlinie für ethische verantwortungsvolle Kommunikation erarbeitet haben, geht z. B. auf Ergebnisse unserer Risikoanalysen zurück. In einem weiteren Schritt wurde dazu eine interne Marketingrichtlinie als Leitfaden für jegliche Werbung und Veranstal- tungen erarbeitet, die auch für unsere Agenturen verbindlich ist.

Um Menschenrechte innerhalb der Lieferkette zu stärken, haben wir 2021 bei ausgewählten Lieferanten Vor-Ort-Audits durchgeführt, z. B. in Bezug auf Mitarbeitergesundheit und -sicherheit sowie Datenschutz. Bei der Durchführung weiterer Prüfungen etwa in Bezug auf Arbeitsbedingungen wie Kinder- und Zwangsarbeit nutzen wir die Joint Audit Cooperation (JAC) Initiative. Weitere Informationen und mitigerende Maßnahmen dazu finden sich im [Kapitel „Lieferkettenmanagement“](#).

Die Ziele zur Stärkung der Menschenrechte, die wir uns im Bereich Lieferkettenmanagement in unse- rem Responsible Business Plan 2025 gesetzt ha- ben, verfolgen wir weiter: Zum einen sollen nahezu

100% der Hochrisikolieferanten im Jahr 2024 eine externe Nachhaltigkeitsbewertung (einschließlich Menschenrechte) bei EcoVadis aufweisen können. Zum anderen wollen wir den Wirkungsbereich un- serer SCSP ausweiten: Bereits heute haben 100% der Lieferanten, die über unser Einkaufssystem abgewickelt werden, die SCSP bestätigt. Bis 2023 sollen auch die weiteren Lieferanten (rund 29%), die außerhalb unseres Einkaufsmodells abgewi- ckelt werden, etwa Low-Value-Einkaufsvorgänge oder unternehmensübergreifende Einkäufe wie bspw. Lizenzen, die SCSP akzeptiert haben.

Im Rahmen der Erfüllung des LkSG werden wir jährlich zur Umsetzung unserer menschenrecht- lichen Sorgfaltspflicht und den getroffenen Maß- nahmen berichten.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

**Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung**

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16; 408-1; 409-1

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6

**Menschenrechte in der Lieferkette**



**4. Monitoring und Reporting**

Die analysierten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf das Thema Menschenrechte werden von uns kontinuierlich überwacht. Menschenrechtsrisiken sind zu diesem Zweck in unserem Risikomanagementsystem erfasst. Die Impact Assessments werden zudem durch die Telefónica, S.A. Group regelmäßig in einem Vier-Jahres-Abstand und auf Seiten der Telefónica Deutschland Gruppe in einem zweijährigen Rhythmus bezogen auf die einzelnen Produktgruppen aktualisiert. Im Berichtsjahr haben wir zudem ein eigenes KI-basiertes Lieferantenmonitoring für soziale, menschenrechtliche und ökologische Nachhaltigkeitsaspekte entwickelt. Mehr dazu im Kapitel „Lieferkettenmanagement“.

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.

In einem jährlichen Bericht an den Vorstand der Telefónica Deutschland Gruppe fasst das Menschenrechtskomitee Informationen zu aktuellen menschenrechtlichen Entwicklungen in Politik und Gesellschaft sowie in unserem Unternehmen und zur Überwachung des menschenrechtlichen Risikomanagements zusammen. Ein Jahresplan zur

Implementierung unserer Sorgfaltspflichten rundet den Report ab. Darüber hinaus berichten wir transparent zu Menschenrechtsthemen in unserem jährlichen CR-Report und stellen Informationen auf unserer Unternehmenswebsite zur Verfügung.

Wie andere Unternehmen unserer Branche erhalten auch wir bei Telefónica gruppenweit Informationsanfragen von Strafverfolgungsbehörden. Dabei geht es z. B. um Informationen über die Kommunikation von Kund:innen oder Anfragen zur Sperrung des Zugangs zu bestimmten Websites. Transparenz ist für uns in diesem Zusammenhang entscheidend, denn derartige Informationsanfragen betreffen die beiden Menschenrechte „Recht auf Privatsphäre“ und „Recht auf freie Meinungsäußerung“. In unserem globalen **Transparency Report** informieren wir ausführlich zu diesem Thema.

**5. Beschwerde- und Abhilfemaßnahmen**

Trotz der von uns implementierten Maßnahmen zum Schutz der Menschenrechte können Verstöße nicht vollständig ausgeschlossen werden oder nicht ausreichend zu unserer Kenntnis gelangen. Die Telefónica Deutschland Gruppe stellt ihren Stakeholder:innen den Meldekanal [humanrights-de@telefonica.com](mailto: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. Dabei werden Anonymität, Vertraulichkeit und Gleichbehandlung garantiert. Die Einhaltung unserer Datenschutzrichtlinien hat auch hier höchste Priorität. Die Beschwerden und Anfragen werden in der Regel im Menschenrechtskomitee unseres Unternehmens behandelt, um innerhalb einer angemessenen Zeit eine Lösung, Antwort oder auch Abhilfemaßnahme zu finden. Im Jahr 2021 ist eine menschenrechts-



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

### Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (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); GRI 102-16; 408-1; 205-2; 412-2

**UNGC-Prinzipien** 1, 2, 3, 4, 5, 6

bezogene Beschwerde über unseren Menschenrechtskanal eingegangen. Die Beschwerde bezog sich auf eine nach Empfinden der Kundin diskriminierende Haltung eines Shopmitarbeiters. Mit den Verantwortlichen wurde gesprochen, die Achtung von Gleichstellung, Gleichbehandlung und Chancengleichheit in einer Stellungnahme betont und die Shopmitarbeiter:innen des gesamten Shops dahingehend sensibilisiert.

### Schulung und Dialog sensibilisieren für Menschenrechtsthemen

Im Rahmen unseres Pflichttrainings zu den Geschäftsgrundsätzen haben wir in den vergangenen drei Jahren 97,7 %<sup>1</sup> unserer Mitarbeiter:innen in Menschenrechtsfragen geschult. Diesen Anteil wollen wir nicht nur weiter auf diesem hohen Niveau halten, sondern noch ausbauen. Des Weiteren stehen wir zusätzlich zum Menschenrechtskomitee im engen Austausch mit verschiedenen Fachbereichen zu menschenrechtlichen Themen. Im Berichtsjahr stellten wir fest, dass sich unser Dialog mit unseren Mitarbeiter:innen gerade im Zuge der jährlichen Risikoassessments und durch die gemeinsamen Vorbereitungen auf das LkSG intensiviert haben. Dadurch sind relevante Fachbereiche im Besonderen sensibilisiert.

### Achtung der Kinderrechte in unserem unternehmerischen Handeln

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat sich verpflichtet, Kinder und Jugendliche in allen Geschäftsaktivitäten besonders zu schützen. In unserem Handeln orientieren wir uns vor allem an den Grundsätzen zu Kinderrechten und unternehmerischem Handeln von UNICEF. Als ein menschenrechtliches Handlungsfeld haben wir für unser Unternehmen das Verbot von Kinderarbeit und den Schutz von Minderjährigen definiert. In unserer Richtlinie zu Menschenrechten schließen wir

Kinderarbeit in unserer eigenen Geschäftstätigkeit aus und verpflichten alle unsere Lieferanten zum Ausschluss von Kinderarbeit in unserer Lieferkette.

Um unserem Ziel nachzukommen, Kinderrechte zu stärken und Kinderarbeit zu verhindern, haben wir im Berichtsjahr auf unserer Website [Commitments](#) veröffentlicht, die sowohl unsere Mitarbeiter:innen als auch unsere Stakeholder:innen über unsere Haltung aufklären. Wir haben die Grundsätze von UNICEF, der ILO und dem Global Compact im Hinblick auf die Anforderungen geprüft und gemeinsam mit den relevanten Fachbereichen unsere jeweiligen Maßnahmen hierzu erarbeitet. Kinderrechte und Jugendschutz haben wir zudem in die neue [Richtlinie für ethisch verantwortungsvolle Kommunikation](#) sowie die interne Marketingrichtlinie integriert.

Seit vielen Jahren engagieren wir uns für die Stärkung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen und unterstützen Eltern mit Ratgebern und Broschüren (mehr dazu im [Kapitel „Digitale Kompetenzen“](#)). Seit mehr als 15 Jahren haben wir einen internen Jugendschutzbeauf-

tragten, der nach gesetzlichen Vorgaben gemäß § 7 Abs. 1 JMStV bestellt ist und direkt an die Vorständin Legal & Corporate Affairs berichtet. Der Jugendschutzbeauftragte berät und unterstützt uns, damit Produkte und Anwendungen den strengen gesetzlichen Vorgaben entsprechen. Über vertragliche Regelungen stellen wir sicher, dass Jugendschutz darüber hinaus in die Produkt- und Angebotsgestaltung unserer Geschäftspartner integriert ist. Auch in unserer Kommunikation achten wir darauf, keine Inhalte zu verbreiten, die Kindern und Jugendlichen schaden oder eine leichtere Manipulierbarkeit ausnutzen könnten (weitere Informationen im [Kapitel „Produkt- und Serviceerlebnis“](#)). Darüber hinaus wollen wir unsere Kommunikationsmaßnahmen dazu nutzen, das Bewusstsein für die Menschenrechte und die Rechte von Kindern und Jugendlichen kontinuierlich zu fördern.



<sup>1</sup> Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater:innen sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717). In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten drei Jahre ein. Für das Jahr 2021 bedeutet dies 6.870 absolvierte Trainings vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2021.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

- Mitarbeiter:innen
- Klima und Umwelt
- Gesellschaft und digitale Inklusion
- Daten und Fakten

# Einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen



## Kundenzufriedenheit auf Top-Niveau



### Mission 2025

Wir bieten unseren Kund:innen Produkte und Services, die einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen.

**NPS stabil**

Kundenzufriedenheit bleibt auf stabilem Niveau

**rund 30%** 

5G-Bevölkerungsabdeckung



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Produkt- und Serviceerlebnis

## Commitment

Wir bieten unseren Kund:innen das beste Preis-Leistungs-Verhältnis und Serviceerlebnis und ermöglichen ihnen, nachhaltig zu leben.

## Unsere Erfolge

Wir haben unsere digitalen Services im Kundenservice 2021 weiter ausgebaut und nutzen jetzt ein Tool, um Kundenfeedback noch schneller analysieren und Verbesserungen ableiten zu können. Erweitert haben wir außerdem unsere Angebote für Firmenkunden rund um IoT und cloudbasierte Netzwerke. Kund:innen unserer Ethnomarken Ortel und AY YILDIZ stehen neue digitale Zugangskanäle und vereinfachte digitale Zahlungsmethoden zur Verfügung. Unsere Sicherheitslösungen für zusätzlichen Jugendschutz haben wir ebenfalls ausgebaut.

**88,9%**

unserer O<sub>2</sub> Kund:innen bleiben uns treu

**3,1 Mio.**

Aufrufe unserer bereitgestellten Videos zu digitalen und Service-Themen

## Fokus-SDGs

Unsere Kund:innen und ihr Zugang zu digitalen Diensten und Services stehen für uns an erster Stelle. Wir fördern eine integrative und nachhaltige Konnektivität und bieten digitale und analoge Beratung rund um unsere Produkte und Dienstleistungen. Dabei stellen wir Informationen bereit, die ihnen helfen, Produkte unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten auszuwählen.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte    ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen    ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Umgang mit Daten

Wir stellen sicher, dass unsere Kund:innen jederzeit über Transparenz hinsichtlich der Verwendung ihrer Daten verfügen und selbst über deren Verwendung entscheiden können.





Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); GRI 102-43; 203-1; 203-2; 417-1

**UNGC-Prinzipien** 1

# Produkt- und Serviceerlebnis

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Die Kund:innen stehen 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, allgemeinen Wohlstand, soziale Gerechtigkeit und gleichzeitig Nachhaltigkeit sorgen wird. Als Anbieter digitaler Telekommunikation stehen wir technologisch und mit unserer Leistung für die Kund:innen im Zentrum dieser Entwicklung. Unser Anspruch ist, allen Menschen die Teilhabe am digitalen Leben zu ermöglichen, damit sie ihre Zukunft nachhaltig gestalten können.

Unser Unternehmen befindet sich in einem weiterhin rationalen und zugleich dynamischen Marktumfeld, konnte sich darin im Jahr 2021 behaupten und eine solide Kundenentwicklung verzeichnen. In diesem Umfeld, welches durch starken technischen Wandel gekennzeichnet ist, stehen wir vor der Herausforderung, technischen und regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden, die Wünsche der Kund:innen so weit wie möglich zu antizipieren und ihnen in einer komplexer werdenden Produktwelt Orientierung und Begleitung zu bieten.

Unser Anspruch ist es, die Welt mit den Augen unserer Kund:innen zu sehen und ihnen passend zu ihren Lebensgewohnheiten und individuellen Bedürfnissen stets ein exzellentes Serviceerlebnis zu bieten. Für die Zufriedenheit unserer Kund:innen sind neben der Vertriebs- und Servicequalität vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis für unsere innovativen Produkte und Tarife, eine transparente Produktkennzeichnung und eine starke Marke

entscheidende Faktoren. Ein fairer und respektvoller Umgang mit unseren Kund:innen ist für uns selbstverständlich. Unseren Kund:innen steht neben den persönlichen Kontaktkanälen eine Vielzahl von digitalen Self-Service-Angeboten zur Verfügung, sodass sie ihren bevorzugten Kanal frei wählen können. Durch den weiteren Ausbau von attraktiven und einfachen Self-Service-Angeboten wollen wir das Kundenerlebnis im Onlinebereich weiter verbessern.

Uns ist in diesem Zusammenhang wichtig, dass unsere Kund:innen jederzeit Transparenz hinsichtlich der Verwendung ihrer Daten haben und über deren Verwendung selbst entscheiden können. Wir sehen uns außerdem in der Verantwortung für den Gesundheitsschutz der Bevölkerung in Verbindung mit der Nutzung von Mobilfunktechnologie ebenso wie für einen verantwortungsvollen Jugendmedienschutz.

Im Rahmen der diesjährigen Validierung der Materialitätsanalyse wurde das Produkt- und Serviceerlebnis als wesentliches Nachhaltigkeitsthema bestätigt. 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 Kund:innen 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.

## Erhöhter Beratungsbedarf im Berichtsjahr

Die COVID-19-Pandemie und die veränderte Lebenssituation vieler Kund:innen führte im Berichtsjahr zu einem erhöhten Bedarf an Service- und Vertriebsberatung. Einerseits nahm der Onlineverkauf enorm zu und es entstand ein anderer Kanalmix in der Beratung aufgrund der geschlossenen Shops und der damit verbundenen gestiegenen Nutzung der Service-Hotlines. Andererseits ließ sich ein erhöhter Beratungsbedarf zu Festnetzthemen verzeichnen, da viele Kund:innen aus dem Homeoffice gearbeitet haben. Um unsere Kund:innen auch in der Krise optimal betreuen zu können, haben wir für diese Phase zusätzliche Unterstützung bei unseren Outsourcing-Partnern beauftragt. Außerdem halfen Shop-Mitarbeiter:innen im Hotline-Service, während die Shops im Lockdown geschlossen waren. Eine weitere Auswirkung der anhaltenden Pandemie waren Lieferengpässe, die uns bspw. bei der Beschaffung von Hardware oder Routern vor Herausforderungen stellten.

Neben der COVID-19-Pandemie forderte uns auch das Hochwasser im Sommer 2021 in Deutschland heraus. Kund:innen, die von der Flutkatastrophe betroffen waren, boten wir über eine separate O<sub>2</sub> Hotline Unterstützung zu Fragen und Problemen rund um Produkte und laufende Aufträge. Dort wurden ihre Anliegen priorisiert bearbeitet und sie bekamen schnelle Hilfe. Allen Vertrags- und Prepaid-Kund:innen, die in den betroffenen Gebieten wohnen, schalteten wir außerdem unmittelbar nach der Flutkatastrophe kurzfristig zusätzliches Datenvolumen frei.

Einen erhöhten Beratungsbedarf im Kundenservice verzeichnen wir auch seit Inkrafttreten des neuen Telekommunikationsgesetzes (TKG) am 1. Dezember 2021, denn damit gehen strengere



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

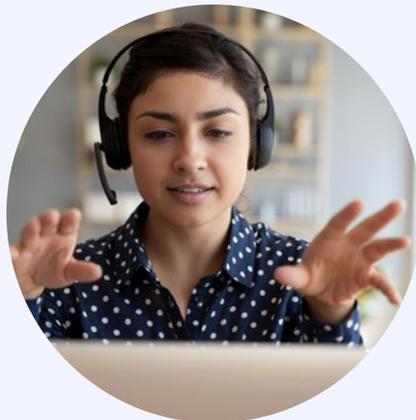
Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1; 417-1

**UNGC-Prinzipien** 1



Informationspflichten vor Vertragsabschluss sowie neue Anforderungen an die Vertragszusammenfassung einher. Auf diese veränderte Situation haben wir uns im Vorfeld intensiv vorbereitet: Zwei Jahre lang arbeiteten rund 240 Mitarbeiter:innen aus sämtlichen Bereichen daran, dass wir nicht nur das Gesetz erfüllen, sondern beste Lösungen finden – für unsere Kund:innen und für unser Unternehmen. Wir mussten sämtliche Vertriebs- und Servicekanäle im Online-Bereich, im Shop und in der Hotline sowie die zugrundeliegenden Systeme dahinter umstellen und die Teams entsprechend schulen. Im Kundenservice haben wir darüber hinaus zusätzliche Unterstützung bei unseren Partnern beauftragt.

### Verantwortung für junge Mediennutzer:innen

Wir wollen jungen Menschen einen kompetenten und sicheren Umgang mit digitalen Medien ermöglichen und dazu beitragen, sie vor problematischen Medieninhalten zu schützen. Viele Kinder nutzen bereits mobile Endgeräte und haben Zugang zum Internet. Pornografische Inhalte oder Gewaltdarstellungen sind ohne entsprechende Schutzvorkehrungen nur einen Klick entfernt. Zu den Herausforderungen beim Kinder- und Jugendschutz im Internet gehört, dass die Angebote nicht flächendeckend kontrollierbar sind und die Regulierung mit dem technischen Fortschritt nicht mithält. Die Telefónica

Deutschland Gruppe sieht ihre Verantwortung deshalb vor allem darin, ihre Produkte für Kinder und Jugendliche mit Sicherheitslösungen wie bspw. Sperrung von Zusatzoptionen zu versehen, Eltern über Schutzmöglichkeiten aufzuklären und die Medienkompetenz von jungen Menschen zu stärken (mehr dazu im [Kapitel „Digitale Kompetenzen“](#)).

Die Einhaltung der wichtigen gesetzlichen Vorgaben zum Jugendmedienschutz in Deutschland hat für uns oberste Priorität. Damit minimieren wir das Risiko für mögliche Sanktionen gegen unser eigenes Unternehmen und stärken zugleich die Reputation sowie Kundenbindung als Voraussetzungen für unseren Erfolg. Im Jahr 2021 liegen uns keine Vorfälle bezüglich einer Verletzung von gesetzlichen Vorgaben zum Jugendmedienschutz vor.

### Mobilfunk und Gesundheit

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 Bundesamt für Strahlenschutz (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 nichtionisierender 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 von uns mit Daten zur Mobilfunknutzung unterstützte Mobi-Kids-Studie ist der Frage nachgegangen, ob Kommunikationstechnologien zu den Risikofaktoren für die Entstehung von Hirntumoren bei jungen Menschen gehören. Die Untersuchung der Ludwig-Maximilians-Universität München wird u. a. durch das Bundesamt für Strahlenschutz sowie die Europäische Kommission finanziert. 2021 wurden die [Ergebnisse der Studie](#) veröffentlicht: Sie untermauern den aktuellen Stand der Forschung, wonach es keine belastbaren wissenschaftlichen Belege dafür gibt, dass die Nutzung mobiler Kommunikationsgeräte das Hirntumorrisiko bei Kindern und Jugendlichen erhöht.

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:innen zu vermitteln und andererseits gleichzeitig angemessen zu berücksichtigen, dass Menschen zahlreiche Fragen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit haben. Zu diesem Themenfeld stellen wir daher umfangreiche Informationen zur Verfügung. Dies ist allerdings eine Aufgabe,



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); GRI 102-43; 203-1; 203-2; 417-1; 417-2; 417-3

**UNGC-Prinzipien** 1

die die Unternehmen nicht allein leisten können, da dabei auch Fragen der Unabhängigkeit und Objektivität berührt werden. Daher begrüßen wir, dass die Bundesregierung das Kompetenzzentrum Elektromagnetische Felder (KEMF) beim Bundesamt für Strahlenschutz eingerichtet und die Kommunikationsinitiative „Deutschland spricht über 5G“ ins Leben gerufen hat.

## PROZESSE UND STEUERUNG Kundenzufriedenheit transparent messen und steigern

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 und dazugehörige Detailanalysen durch Kundenbefragungen sind durch die Abteilung Consumer Experience im Direktorat Customer Marketing fest im Unternehmen verankert.

Die Telefónica Deutschland Gruppe verfolgt zielgruppenspezifische Produkt- und Servicestrategien: z. B. für Menschen mit Migrationshintergrund, ältere oder jüngere Menschen, Selbstständige sowie mittelständische oder große Unternehmen. Diese gezielte Kundensegmentierung wird u. a. durch die erfolgreiche Partnerstrategie der Telefónica Deutschland Gruppe erreicht. Partnermarken wie ALDI Talk, Tchibo Mobile oder Net-otokom ermöglichen den gezielten Markteingang im Discountsegment und Marken wie AY YILDIZ

oder Ortel den im ethnischen Segment. Im Fokus der Firmenkundenstrategie steht der Ausbau der digitalen Services rund um 5G, Internet der Dinge (IoT), Cloud und Security, um einen Mehrwert für die Unternehmen zu schaffen und ihnen mit Vernetzungslösungen bei der Digitalisierung zu helfen.

Als Leistungskennzahlen verwenden wir den Net Promoter Score (NPS) als wichtige Steuerungsgröße im Bereich Kundenbeziehungen sowie die Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub> (O<sub>2</sub> Consumer Postpaid).

Der NPS gibt Aufschluss über die Bereitschaft der Kund:innen zur Weiterempfehlung der Marken O<sub>2</sub>, Blau, Tchibo Mobil und ALDI TALK. Dieser Wert reflektiert damit die ganzheitliche Zufriedenheit mit den Marken sowie ihren Produkten, Leistungen und Services. Grundsätzlich erheben wir den NPS auf zwei Ebenen: Den Top-Down NPS sowie den Bottom-NPS. Der Top-down-NPS wird mehrmals jährlich mithilfe einer extern durchgeführten telefonischen Befragung der Privatkund:innen unseres Unternehmens sowie der Kund:innen unserer Wettbewerber ermittelt. Er folgt branchenübergreifenden Standards und ermöglicht so einen Vergleich mit dem Wettbewerb. Die Verantwortung für die Marktforschung liegt beim Director Digital & Data Competence Center (DDC) im Finanzbereich. Mit dem Bottom-Up NPS messen wir die Kundenzufriedenheit an allen Kontaktpunkten entlang der gesamten Kundenreise. Aus dem direkten Feedback leiten wir konkrete Maßnahmen ab, um die Kundenerfahrung weiter zu steigern und prüfen, ob die eingeleiteten Verbesserungsmaßnahmen Wirkung zeigen und ob sie die Kundenanforderungen erfüllen. Im Jahr 2021 verzeichneten wir eine weitgehend stabile Entwicklung des NPS. Dies spiegelt sich auch in den Abwanderungsraten wider, die sich weiterhin auf historischen Tiefstwerten bewegen, sodass sich die implizierte annualisierte

Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub> auf 11,1% verbesserte (gegenüber 13,1% im Jahr 2020). Die monatliche Abwanderungsrate im Postpaid-Bereich verbesserte sich um 0,2 Prozentpunkte auf 1,2%. Die Abwanderung bei der Marke O<sub>2</sub> (O<sub>2</sub> Consumer Postpaid) bewegte sich auf einem noch niedrigeren Niveau und verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 0,2 Prozentpunkte auf 0,9%<sup>1</sup>. Dies ist ein Beleg für unsere Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit, nachhaltige Qualitätsverbesserungen bei Produkten und Services sowie eine mehrfach ausgezeichnete Kundenerfahrung im O<sub>2</sub> Netz.

## Ethisch verantwortungsvolle Kommunikation und Marketing

Im Berichtsjahr 2021 arbeiteten wir an einer neuen „Richtlinie für ethisch verantwortungsvolle Kommunikation“<sup>1</sup>, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Als Unternehmen, das sich nicht nur der Vereinfachung der Kommunikation verschrieben hat, sondern auch kulturelle, sportliche, Werbe-, Unterhaltungs-, Aufklärungssowie andere Inhalte generiert, verschreiben wir uns damit der verantwortungsvollen, ethischen und qualitativ hochwertigen Kommunikation. Die Richtlinie ist im März 2022 in Kraft getreten. Sie ist Bestandteil unseres Brand-Guardianship-Prozesses, das heißt, bei Werbung, Veranstaltungen oder Marketingkampagnen müssen die definierten Leitlinien vor Veröffentlichung auf Einhaltung geprüft werden. Die Verpflichtungen umfassen u. a. eine ehrliche und respektvolle Kommunikation, politische Neutralität sowie genderinklusive Sprache und legen ein besonderes Augenmerk auf den Jugendschutz und auf Nachhaltigkeit. Letzteres setzen wir z. B. durch die Verlagerung von Kommunikationsevents in den digitalen Raum oder den weitgehenden Verzicht auf gedruckte Kommunikationsmaterialien um.

<sup>1</sup> Ab diesem Berichtsjahr berichten wir die für das wesentliche Thema Kundenzufriedenheit relevantere Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub> (O<sub>2</sub> Consumer Postpaid).



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Indirekte ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3); Marketing und Kennzeichnung (103-2; 103-3); Kundengesundheit und -sicherheit (103-2; 103-3); GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1; 417-1; 417-2; 417-3

**UNGC-Prinzipien** 1

## Freiwillige Selbstregulierung beim Jugendmedienschutz

Seit mehr als 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. Darüber hinaus haben wir uns bereits im Jahr 2007 zu einer freiwilligen Selbstregulierung beim Jugendmedienschutz im Mobilfunk verpflichtet. Außerdem 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](#) verankert. Dies berücksichtigen wir auch in der tariflichen Gestaltung für junge Mobilfunknutzer:innen oder bei Sicherheitslösungen für den Schutz vor digitalen Risiken und jugendgefährdenden Inhalten. Über vertragliche Regelungen stellt die Telefónica Deutschland Gruppe zudem sicher, dass Jugendschutz in die Produkt- und Angebotsgestaltung unserer Geschäftspartner integriert ist.

Um den Jugendmedienschutz weiter zu stärken, 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 darüber hinaus im Advisory Board des Safer Internet Centre DE von Klicksafe und begleiten die medienpädagogische Arbeit dieser Initiative in Deutschland. Die EU fördert die Safer Internet Centres in 27 Ländern, mit dem Ziel, die Medienkompetenz von Kindern, Eltern und Lehrer:innen zu fördern, für mögliche Risiken im Internet zu sensibilisieren und Kindern und Jugendlichen eine telefonische Beratung zu Online-Problemen anzubieten. Die Telefónica

Deutschland Gruppe setzt sich zudem auf verschiedenen Ebenen und Formaten gegen digitale Gewalt in Form von Hatespeech und Cybermobbing ein (mehr dazu im [Kapitel „Digitaler Zugang“](#)).

## Verbraucherinformation zum Gesundheitsschutz

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. Kund:innen der Telefónica Deutschland Gruppe können sich in den Shops und [auf unserer Webseite](#) über den genauen SAR-Wert ihres Mobiltelefons sowie allgemein zum Thema Gesundheitsschutz informieren.

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN Klare Leitlinien für den Kundenservice

Wir haben für unseren Kundenservice entlang unserer Strategie klare Leitlinien entwickelt, die unseren Mitarbeiter:innen im Kundenkontakt und beim Service 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 stehen dabei immer die Kund:innen. Die Grundsätze werden präzisiert durch Gesprächsleitfäden für den Kundenkontakt, das Qualitätshandbuch, den IAS (Internal Audit Score), Qualitätssicherungsprogramme und diverse Schulungsmaßnahmen. Die Rolle der verschiedenen Kontaktkanäle wurde ebenfalls überprüft und daraus wurden Ziele und Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit abgeleitet. Auch in Zukunft wollen wir sicherstellen, dass uns die Kund:innen über ihren priorisierten Kanal erreichen können.

## Feedback für Verbesserungen nutzen

Im Sinne einer hohen Kundenzufriedenheit bearbeitet die Telefónica Deutschland Gruppe eingehende Anfragen schnellstmöglich und entsprechend festgelegten Arbeitsanweisungen. Die Rückmeldungen unserer Kund:innen und Mitarbeiter:innen 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 Kund:innen z. B. eine automatisierte Sprachanalyse, um die Anrufgründe und Kundenwünsche schneller zu evaluieren und systematisch zu erfassen. Auch aus dem Kundengespräch können unsere Mitarbeiter:innen Verbesserungsvorschläge und Kundenwünsche gezielt aufnehmen und im Rahmen des KVP weitergeben und umsetzen. Der Beschwerdeprozess selbst wird in einer Prozessanweisung geregelt.

Über die Sprachanalyse, die intensive Beschäftigung mit dem Feedback unserer Kund:innen sowie regelmäßiges Feedback der Mitarbeiter:innen 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 oder einer Verantwortlichen zugeordnet und die Fortschritte im Rahmen einer wöchentlichen Dokumentation nachgehalten. Die Sprachanalyse erfolgt in anonymisierter Form unter Einhaltung der Datenschutzvorgaben.

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 von Fachzeitschriften. Darüber hinaus verbessern und erweitern



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-43; 203-1; 203-2

UNGC-Prinzipien 1

wir kontinuierlich unsere digitalen Angebote und wollen den Kund:innen rund um die Uhr und ortsunabhängig einen unkomplizierten Service ermöglichen. Unser Ziel ist es, dass bis Ende 2022 80% aller Kontakte zu O<sub>2</sub> und Blau digital im Self-Service-Bereich erfolgen (2021: 76%, 2020: 73%)<sup>1</sup>.

Seit 2021 nutzen wir das Programm „Medallia“ im Kundenservice. Damit lassen sich Kundenfeedbacks noch schneller analysieren und Möglichkeiten zur Optimierung des Kundenerlebnisses ableiten. Anmerkungen der Kund:innen bezogen sich z. B. auf technische Probleme mit der Website oder mit der App, die Tarifauswahl für Bestandskund:innen oder die Beratungsleistung. Um unseren Kundenservice und die Zufriedenheit weiter zu verbessern, wurden im Berichtsjahr u. a. folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Optimierungen im Sprachdialogsystem für Anrufer:innen
- Einführung einer englischen Service-Hotline
- Kund:innen, die negatives Feedback äußern, werden von einem speziell geschulten Team zurückgerufen

Im Vergleich zu 2020 hat sich das Feedback der Kund:innen von O<sub>2</sub> im **B2C-Kundenbarometer**  der Fachzeitschrift connect noch einmal deutlich gesteigert: Wir konnten unsere Gesamtnote von 2,0 auf 1,9 verbessern. Unsere Kernmarke legt in drei von vier Einzelwertungen zu – am stärksten in puncto Kundenservice (+10 Punkte) und Netz

### Kundentreue: Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub><sup>1</sup>

	Einheit	2021	2020	2019
O <sub>2</sub> Consumer Postpaid	%	0,9	1,1	1,3

<sup>1</sup> Ab diesem Berichtsjahr berichten wir die für das wesentliche Thema Kundenzufriedenheit relevantere Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub> (O<sub>2</sub> Consumer Postpaid).

(+9 Punkte). Damit belegen wir im Rating Rang 3 mit einem Gesamtscore von 106 (Platz 1: Score 117, Platz 2: Score 116). Sehr gute Bewertungen erhielten wir 2021 auch von den Nutzer:innen unserer O<sub>2</sub> My Service App (mehr über Auszeichnungen für unseren Kundenservice im [Kapitel „Auszeichnungen“](#)).

Für die Kund:innen unserer Ethnomarken Ortel und AY YILDIZ – zu denen überwiegend Menschen mit Migrationshintergrund oder Tourist:innen zählen – erweitern wir kontinuierlich die digitalen Zugangskanäle und stellen vereinfachte und jederzeit verfügbare digitale Zahlungsmethoden zur Verfügung. Unser Ziel, 2021 mindestens fünf neue Verfahren für digitale Aufladeservices bereitzustellen, haben wir erreicht. Kund:innen von Ortel und AY YILDIZ können ihre Prepaid-Karten seit diesem Jahr auch per Sofortüberweisung, Kreditkarte und PayPal aufladen. Außerdem haben wir Ortel in das Portfolio von Alipay integriert. Fachhändler:innen und Partnership-Betreiber:innen der Mobilfunkbranche favorisieren AY YILDIZ und Ortel Mobile, wenn es um Ethno-Mobilfunkanbieter geht. Zu diesem Ergebnis kam die Leserwahl der Vertriebs-Fachzeitschrift Telecom Handel im Berichtsjahr (mehr Informationen im [Kapitel „Digitaler Zugang“](#)).

Unseren Firmenkunden bieten wir inzwischen ein personalisiertes Service-Konzept an. Sie alle haben konkret benannte Ansprechpartner:innen im Customer Service. Dadurch werden sie individuell versorgt und fühlen sich entsprechend gut

aufgehoben. Darüber hinaus bauen wir unternehmensweit einheitliche IT-Systeme auf, mit deren Hilfe auch die Kommunikation mit unseren Privat- und Firmenkund:innen sowie das Kundenerlebnis weiter verbessert werden.

### Digitale und nachhaltige Lösungen vorantreiben

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 Kund:innen zur selbstbestimmten Nutzung digitaler Technologien durch unsere Produkte inspirieren und richten unsere Kommunikationsmaßnahmen darauf aus. Das Serviceportal „Mein O<sub>2</sub>“ ermöglicht einen schnellen und intuitiven Zugriff auf Self-Service-Lösungen. 850.000 Kund:innen machen monatlich davon Gebrauch. Durch die stetige Analyse von Kundenfeedback und Optimierungen der Inhalte konnten im Berichtsjahr mehr als 90% der Kund:innen ihre Anliegen direkt online lösen. Künstliche Intelligenz (KI) und dynamische Ausspielungen anhand von Keywords erleichtern die Zugänge zu Informationen und verkürzen Klickschritte. Unsere KI-Assistenzfunktion Aura haben wir mit neuen Funktionen z. B. in den Bereichen Rechnung und Tarifberatung ausgestattet. Außerdem wurden 2021 neue Hilfevideos eingestellt, Prozesse wie der für die Meldung eines Todesfalls digitalisiert und die Ansicht der Inhalte auf dem Mobilfunkgerät optimiert.

Die O<sub>2</sub> Community ist ein weiterer wichtiger digitaler Anlaufpunkt für O<sub>2</sub> Kund:innen. In diesem Dialog-Kanal finden sie für ihre konkreten Anliegen nicht nur

<sup>1</sup> Die Berechnungsgrundlage für diese Kennzahl hat sich 2021 aufgrund der Datenschutzverordnung geändert. Deshalb wurde für Web (ab Januar 2021) und App (ab Juli 2021) das Volumen der User ohne Nutzungseinwilligung hochgerechnet.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-43; 203-1; 203-2

UNGC-Prinzipien 1

Hilfestellung durch O<sub>2</sub> Expert:innen, sondern auch die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen. Für O<sub>2</sub> bietet die Interaktion mit den Nutzer:innen eine große Chance, Kundenbedürfnisse besser zu verstehen. Mittlerweile sind rund 700.000 Mitglieder registriert und jeden Monat über 4 Mio. Besucher:innen auf der Plattform aktiv. Damit möglichst viele Menschen die O<sub>2</sub> Community nutzen können, ist diese im Portal [www.o2online.de](http://www.o2online.de) und in der „Mein O<sub>2</sub>“-App integriert. Wir sehen anhand der geführten Konversationen, wie sehr unseren Nutzer:innen während der Corona-bedingten Einschränkungen der Kontakt mit anderen über die O<sub>2</sub> Community geholfen hat.

O<sub>2</sub> bietet zudem Informationen zu Produkten und Dienstleistungen an, die Kund:innen helfen, die angebotenen Smartphones unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu betrachten – von der Kaufentscheidung bis zum Recycling. Mit unserem 2021 gelaunchten Slogan „Let’s Keep the Planet Blue“ haben wir unsere umweltschonenden Angebote zusammengefasst: vom nachhaltigen Fairphone über das mit Grünstrom betriebene Mobilfunknetz bis zum Handyrecycling. Ebenfalls im Berichtsjahr gestartet ist unser neues Handyankauf-Programm: gebrauchte Geräte können nun in jedem O<sub>2</sub> Shop zum aktuellen Restwert verkauft werden – unabhängig davon, wo das Gerät ursprünglich gekauft wurde. Mit dem ebenfalls 2021 neu gestarteten branchenweiten Eco Rating, das den bisherigen Eco Index ablöst, können Verbraucher:innen weiterhin in Erfahrung bringen, welche Auswirkungen auf die Umwelt der gesamte Prozess der Herstellung, Nutzung und Entsorgung eines Smartphones hat (mehr über unsere Maßnahmen im [Kapitel „Circular Economy“](#)).

## Überzeugende Angebote für Privatkund:innen

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 Kund:innen einfacher, schneller und besser machen sollen. Im „Internet@Home“-Bereich bieten wir mit O<sub>2</sub> my Home einen Tarif an, der gleichermaßen für DSL, Kabel, Glasfaser und den mobilfunkbasierten O<sub>2</sub> HomeSpot gilt. Kund:innen erhalten in allen Vertriebskanälen nahezu automatisch das passende Internetangebot für ihr Zuhause. Im Berichtsjahr haben wir unter dem Dach „Internet@Home“ die Bindung unserer Internet-tarife an eine bestimmte Technologie aufgehoben. Damit brauchen sich unsere Kund:innen über die optimale Technologie keine Gedanken mehr zu machen. Der 4G-/5G-Router ermöglicht Telefonie und bietet eine Festnetznummer – und ist so eine vollwertige Festnetzersatzlösung. Unsere überregionalen Kooperationen mit der Deutschen Telekom, Vodafone und Tele Columbus ergänzen wir zunehmend mit regionalen oder städtischen Netzen. Damit können wir inzwischen eine breite Festnetzabdeckung in Deutschland bieten.

Wir konnten unser Programm „One Care“ erfolgreich umsetzen. Unsere Kund:innen erfahren jetzt kaufmännischen Service für O<sub>2</sub> Mobile und DSL aus einer Hand. Noch in Umsetzung ist die Erweiterung, die technischen Service ebenfalls aus einer Hand bieten wird.

Bei allen höherwertigen Tarifen können Kund:innen ohne Aufpreis im 5G-Netz surfen. 2021 haben wir eine Reihe weiterer O<sub>2</sub> Tarife 5G-fähig gemacht. 5G ist bereits an ausgewählten Standorten verfügbar, schrittweise erfolgt der weitere Netzausbau. Mit der „Mein O<sub>2</sub> App“ können unsere Kund:innen die Vertragskonditionen selbst gestalten und über Anzahlung, Laufzeit oder Datenvolumen entscheiden.

Mittlerweile akzeptieren alle großen Anbieter von digitalen Diensten das Bezahlen per Handyrechnung. Seit Mitte 2021 bieten wir das Bezahlen per Handyrechnung auch in ausgewählten Szenarien für nicht-digitale Inhalte an, etwa beim Bike-Sharing via nextbike. Auch bei diesen Optionen 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.

Über unsere sogenannte SIM-Swap-Schnittstelle können Anbieter von Sicherheitslösungen erkennen, wann eine SIM-Karte aktiviert oder getauscht wurde und dadurch mögliche Betrugsfälle aufdecken. Diese Dienstleistung nutzen u. a. Banken, Fintechs, soziale Netzwerke und Behörden, um die Nutzer:innen vor Identitätsdiebstahl und finanziellen Schäden zu schützen.

## Innovative Lösungen für Firmenkunden

Im B2B-Bereich können unsere Geschäftskunden – wozu kleine, mittlere und große Unternehmen zählen – zwischen vielfältigen tariflichen Lösungen wählen, die sicher, fair und zuverlässig sind. Selbstständigen und kleinen Unternehmen bieten wir ein Gesamtprodukt aus datenstarken Tarifen, Top-Hardware, Konnektivität von mehreren Verträgen und Geräten pro Vertrag sowie einen umfassenden Service.

Unser Fokus im Berichtsjahr lag auf dem Ausbau digitaler Services für Firmenkunden rund um IoT und cloudbasierte Netzwerke. So wurden die beiden Technologien NB-IoT (Narrowband-IoT) und LTE-M (Long Term Evolution for Machines) dieses Jahr in unserem Netzwerk freigeschaltet. Diese ermöglichen unseren Kund:innen eine Vielzahl von IoT-Anwendungen, bei denen eine höhere



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 1

Reichweite, bessere Gebäudedurchdringung, geringerer Energieverbrauch sowie möglichst geringe Betriebskosten benötigt werden. Ob für Zähleranwendungen (Wasser, Gas oder Strom), Sensorik in der Abfallwirtschaft oder Gebäudeautomation: Anwendung finden die Technologien vor allem dort, wo Funkmodule regelmäßig über eine lange Zeit – oftmals ohne externe Stromquelle – kleine Datenmengen übertragen müssen. NB-IoT und LTE-M basieren auf der 4G-Technologie und werden künftig Teil des 5G-Standards sein.

Eine weitere Neuerung 2021: O<sub>2</sub> Business hat für den Mittelstand eine digitale Vernetzungslösung entwickelt, mit der Unternehmen ihre Standorte einfach vernetzen und bestehende Infrastrukturen sicher für das digitale Zeitalter aufstellen können. Das Produkt O<sub>2</sub> Business Smart Network basiert auf der SD-WAN-(Software Defined Wide Area Network)-Technologie. Dabei wird das Management des Netzwerks durch eine spezialisierte Software übernommen, die z. B. die in einem Firmennetz genutzten physischen Netzwerkverbindungen in einem einzigen cloudbasierten Netzwerk zusammenlegt. Durch die Bündelung aller Kommunikationstechnologien in einem Netzwerk wird die IT des Unternehmens leistungsstärker sowie stabiler und bleibt dabei flexibel.

Um unsere Geschäftskundensparte zu stärken, haben wir 2021 eine Partnerschaft mit der auf digitale Produkte und Services spezialisierten Telefónica Tech Gruppe aufgesetzt. Der Technologieanbieter ist Mitglied der internationalen Telefónica Gruppe und agiert künftig als bevorzugter Partner für digitale Dienstleistungen und zugehörige Vorleistungsprodukte. Zum Portfolio zählen Leistungen und Services in den Feldern Cybersicherheit, Cloud, IoT, Big Data und Blockchain.

Über das O<sub>2</sub> Handyankauf-Programm erhalten Geschäftskunden die Möglichkeit, ihre Daten auf

dem Smartphone datenschutzgerecht zu löschen und das Smartphone umweltkonform entsorgen zu lassen (nähere Informationen finden sich im [Kapitel „Circular Economy“](#)).

### Tarife und Sicherheitslösungen für Jugendmedienschutz

Ein eigenes Handy gewinnt bei Kindern meist ab dem achten bis zehnten Lebensjahr an Bedeutung. Mit der wachsenden Eigenständigkeit der Kinder wird die mobile Erreichbarkeit mehr zum Thema, z. B. während der Klassenfahrt oder in Notfallsituationen. Wichtig dabei: Ein Handytarif sollte altersgerecht sein. Wir unterstützen Eltern durch unsere Produktgestaltung sowie Informationsangebote dabei, kindgerechte Handynutzung und Inhalte auszuwählen.

Für die enge und zugleich sichere Kommunikation zwischen Eltern und Kindern bieten wir mit dem O<sub>2</sub> Free Starter Flex seit Juli 2020 den passenden Einsteigertarif 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 O<sub>2</sub> Free Starter Flex ist ideal auf das Nutzungsverhalten 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.

Unabhängig von den Angeboten des O<sub>2</sub> Free Starter Flex können Eltern jederzeit telefonisch über den O<sub>2</sub> Kundenservice oder online die Altersfreigabe „Ab 16“ oder „Ab 18“ aktivieren und damit das Schutzniveau für ihren Nachwuchs erhöhen. Standardmäßig ist die eigens zum Jugendschutz

entwickelte O<sub>2</sub> Altersbeschränkung aktiviert. Wir setzen außerdem Altersverifikationssysteme bei unseren Partnerangeboten ein.

Mit unserer Sicherheitslösung O<sub>2</sub> Protect bieten wir unseren Kund:innen und deren Kindern einen zusätzlichen wirksamen Schutz vor digitalen Risiken. Über die Funktionen Inhaltsfilter, Webschutz und Programmblockierung können die Eltern einzelne Schutzmechanismen aktivieren. Mit O<sub>2</sub> Protect Mobile können unsere Kund:innen zudem ihr Android-Smartphone absichern. Der Rundumschutz O<sub>2</sub> Protect Complete gewährleistet einen Online-Schutz für bis zu fünf Geräte. Anfang 2022 werden wir unser O<sub>2</sub> Protect Portfolio erweitern und in der Family-Version auch die Parental-Control-Funktion anbieten.

Auf einer speziellen [Website](#) stellt O<sub>2</sub> 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 detaillierte Anleitungen zur Verfügung und weisen sie auf weiterhin bestehende Risiken hin.

Weitere nützliche Hinweise finden Eltern und Kinder in unseren beiden Handy- und Internet-Ratgebern für Kids. Wir haben sie zusammen mit dem Deutschen Kinderhilfswerk, der FSM e. V. und dem Frag Finn e. V. veröffentlicht, um Familien noch mehr Sicherheit beim Thema Surfen und Internet zu geben. Die [Ratgeber](#) sind auf Deutsch und Türkisch erhältlich.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Netzqualität und -abdeckung

## Commitment

Wir bieten unseren Kund:innen eine moderne Netzinfrastruktur und ermöglichen ihnen einen Netzzugang überall und jederzeit.

## Unsere Erfolge

Um das Nutzungserlebnis für unsere Kund:innen immer weiter zu optimieren, haben wir 2021 vor allem in den Netzausbau investiert. Damit konnten wir eine verbesserte Versorgung der ländlichen Gebiete und der Städte mit 4G und 5G erreichen. Ende 2021 haben wir rund 30% der Bevölkerung mit 5G versorgt. Unsere 3G-Standorte wurden komplett vom Netz genommen. Als einer der ersten deutschen Mobilfunk-Netzbetreiber haben wir Open RAN (Open Radio Access Network) in unser Mobilfunknetz implementiert, sodass die ersten Kund:innen es bereits nutzen können.

> 99%

der Bevölkerung hat LTE-Abdeckung

über 2 Mrd.

Gigabyte mobile Daten im O<sub>2</sub> Netz transportiert

## Fokus-SDGs

Wir tragen zum Aufbau einer belastbaren Infrastruktur bei, mit dem Ziel, integrative und nachhaltige Konnektivität zu fördern. Um deutschlandweit unseren Kund:innen die Chance zur Teilhabe an der digitalen Transformation zu eröffnen, fördern wir Partnerschaften für eine Ausweitung der Internetnutzung und des Breitbandzugangs.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte    ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen    ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Inklusion

Wir machen den neuen Mobilfunkstandard 5G sowie 4G für den Massenmarkt verfügbar und tragen mit günstigen Tarifen sowie großen Datenpaketen dazu bei, einen Zugang zu digitaler Hightech-Kommunikation für alle Menschen zu ermöglichen.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Indirekte  
ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3);  
Kundengesundheit und -sicherheit (103-2;  
103-3); GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1

**UNGC-Prinzipien** 1

# Netzqualität und -abdeckung

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Zugang zu digitalen Technologien ermöglichen

Allein im Mobilfunk betreut die Telefónica Deutschland Gruppe mehr als 45,7 Mio. Mobilfunkanschlüsse und verbindet viele Menschen in Deutschland. Wir wollen möglichst überall und jederzeit den Zugang zu digitalen Technologien sicherstellen und tragen deshalb eine besondere gesellschaftliche Verantwortung: Damit möglichst alle Menschen die Vorteile der Digitalisierung nutzen können, wollen wir die digitale Kluft, wo Menschen aus technischen, sozialen, ökonomischen oder anderen Gründen keinen Zugang haben, verringern. Mit 5G machen wir den neuen Mobilfunkstandard für den Massenmarkt verfügbar und tragen mit günstigen 5G-Tarifen sowie großen Datenpaketen dazu bei, einen Zugang zu digitaler Hightech-Kommunikation für alle Menschen zu ermöglichen.

Der schnelle Ausbau des 5G-Netzes hilft uns dabei, unseren Kund:innen bis 2025 das grünste Mobilfunknetz in Deutschland zu bieten. 5G funkt deutlich energieeffizienter als die Vorgängerstandards<sup>1</sup>, wodurch wir den Stromverbrauch pro übertragenem Byte um bis zu 90% reduzieren können, auch wenn das Datenvolumen stark ansteigen wird.

Wir entwickeln das Netz, auf dessen Basis Unternehmen und Nutzer:innen digitale Geschäftsmodelle und Anwendungen verwirklichen können, beispielsweise um ihre Produktions- und Logistik-

abläufe zu flexibilisieren. Speziell bei Anwendungen aus dem Bereich der Industrie 4.0 kann die 5G-Technik durch ihre Datenübertragung in Echtzeit für eine schnellere Logistik sorgen – und so den Energieverbrauch im Produktionsprozess verringern. Unser 5G-Netz wird Unternehmen vieler Branchen dabei helfen, CO<sub>2</sub>-Emissionen einzusparen und nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Im Rahmen der diesjährigen Validierung der Materialitätsanalyse wurden die Netzqualität und -abdeckung als wesentliches Nachhaltigkeitsthema bestätigt. Qualität und Abdeckung unseres Netzes haben direkten Einfluss auf die Zufriedenheit unserer Kund:innen und zählen damit zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren im Kerngeschäft unseres Unternehmens.

## Über Mobilfunk und Netzausbau informieren

Die Gesundheit unserer Kund:innen, der Anwohner:innen und unserer Techniker:innen zu schützen, hat für uns eine hohe Priorität. Dazu zählt zum einen die Einhaltung der Grenzwerte unserer Mobilfunkbasisstationen, die von der Bundesnetzagentur geprüft wird. Außerdem stellen wir die Einhaltung der elektromagnetischen Grenzwerte bei den von uns vertriebenen Handys sicher. Unsere Kund:innen können sich dazu 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 regelmäßige Umfragen und Untersuchungen zum Thema Mobilfunk in Städten und Gemeinden durch.

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 Neubau von Standorten 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. Wir nehmen das darin zum Ausdruck kommende Informationsbedürfnis sehr ernst und arbeiten weiterhin daran, die Bevölkerung bestmöglich mit Informationen zu versorgen.

Der Beratungsbedarf in Kommunen im ländlichen Raum steigt, weil wir im Zuge unseres Netzausbaus zunehmend neue Standorte erschließen und viele von diesen Kommunen im ländlichen Raum zuvor keine Erfahrung mit Mobilfunkanlagen und den damit verbundenen Beteiligungs- und Genehmigungsverfahren gemacht haben. Dabei stellt uns auch ein politischer Zielkonflikt vor Herausforderungen: Wir sind einerseits gefordert, neue Standorte zu erschließen, die eine möglichst große Akzeptanz in der Bevölkerung finden, andererseits ergeben sich aus den Lizenzaufgaben seitens der Politik strenge zeitliche Vorgaben für den Ausbau.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Indirekte  
ökonomische Auswirkungen (103-2; 103-3);  
Kundengesundheit und -sicherheit (103-2;  
103-3); GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1

**UNGC-Prinzipien** 1

## Herausforderungen durch Pandemie und Flutkatastrophe

Im Berichtsjahr trug die Pandemie weiter zur Beschleunigung der Digitalisierung in allen Bereichen bei und führte damit zu einem erhöhten Datenaufkommen, was mit steigenden Anforderungen an die Netzstabilität einherging. Unsere Systeme und Prozesse gewährleisten dabei, dass Warnungen in Bezug auf Kapazitätsprobleme und anderes Fehlverhalten im Netz frühzeitig bei uns eingehen und damit die Stabilität unseres Netzes verbessert werden kann.

Die Flutkatastrophe im Westen Deutschlands führte im Sommer 2021 zu Ausfällen und Unterbrechungen der Energieversorgung. Davon waren auch etliche Mobilfunkstandorte betroffen, größere Zerstörungen an den meist höher gelegenen Mobilfunkanlagen blieben jedoch aus. Zahlreiche Techniker:innen und Netzdienstleister unseres Unternehmens waren für den Wiederaufbau der Mobilfunkversorgung im Sondereinsatz, um den Betroffenen zügig wieder die Kommunikation mit der Außenwelt zu ermöglichen.

### PROZESSE UND STEUERUNG

## Netzstörungen frühzeitig erkennen und beseitigen

Unsere Privat- und Geschäftskund:innen 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 Kund:innen so gering wie möglich gehalten werden.

Die Netzqualität und -abdeckung verantwortet der Chief Technology & Information Officer (CTIO). Für die effiziente Überwachung und Entstörung des Mobilfunk- und Festnetzes ist eine spezialisierte

Netzwerkabteilung verantwortlich. Sie sorgt dafür, dass die Auswirkungen von Arbeiten im Netz für die Kund:innen 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 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.

### In den Ausbau des Netzes investieren

Maßgeblich für den Ausbau unseres Mobilfunknetzes ist unser Programm „Investitionen für Wachstum“. Dabei konzentrieren wir uns auf drei Wachstumssäulen, die auf der erreichten gleichwertigen Netzqualität aufbauen:

- Steigerung des Mobilfunkmarktanteils in ländlichen Gebieten bei gleichzeitiger Festigung der starken Position in Städten
- intelligente Bündelung von Festnetz- und Mobilfunkprodukten sowie Festnetzersatzprodukten (FMS) auf Basis eines technologieagnostischen Ansatzes
- Nutzung der Chancen im B2B-Markt, insbesondere im Mittelstandsegment (Klein- und Mittelbetriebe)

Für ein immer besseres Nutzungserlebnis unserer Kund:innen investieren wir im Rahmen unseres dreijährigen Investitionsprogramms insbesondere in den Netzausbau. Das Programm hatte seinen Investitionsschwerpunkt 2021 und zielt auf die verbesserte Versorgung der ländlichen Gebiete insbesondere mit 4G und in Städten vorzugsweise mit 5G ab.



## 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 Verfahrensweisung implementiert und führen mit eigenen Teams kontinuierlich interne Audits an den durch unsere Techniker:innen und Dienstleister gewarteten Mobilfunkstandorten durch. Die Verantwortung für die Kontrolle übernimmt eine interne Abteilung im Bereich Radio Networks. 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.

### STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

## Mit 5G neue Potenziale erschließen

2021 konnten wir unsere 5G-Netzabdeckung erheblich ausbauen: Beim Ausbau der neuen Mobilfunktechnik steht das „pure 5G“ über die leistungsstärkste 3,6-GHz-Frequenz im Mittelpunkt. Mehr als 4.000 3,6-GHz-Antennen waren Ende 2021 live. Inzwischen bringen wir wöchentlich



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1

UNGC-Prinzipien 1

über 100 dieser 5G-Antennen ans Netz. Außerdem nutzen wir für die schnellere Erschließung der ländlichen Gebiete u. a. auch die Antennentechnologie Dynamic Spectrum Sharing (DSS), mit der sich 5G und LTE-Frequenzen parallel nutzen lassen, sowie 5G auf der reichweitenstarken 700-MHz-Frequenz. Unsere Kund:innen profitieren von deutlich höheren Datenraten und geringeren Verzögerungszeiten bei der Datennutzung. Unser Ziel, 2021 mindestens 30% der deutschen Bevölkerung mit 5G zu versorgen, haben wir durch die Kombination der drei Frequenzbänder „pure 5G“ (3,6 GHz), 5G DSS (1800 MHz) und 700 MHz knapp erreicht. Die Telefónica Deutschland Gruppe liegt damit im Plan, bis Ende 2022 die Hälfte der Bevölkerung und bis Ende 2025 ganz Deutschland mit 5G zu versorgen.

Das 5G-Netz erreichte im zweiten Quartal im Opensignal-Test<sup>1</sup> die schnellste durchschnittliche Downloadgeschwindigkeit in Deutschland. Demnach waren unsere O<sub>2</sub> Kund:innen mit durchschnittlich 131,4 Mbit/s deutlich (und zwar rund 20%) schneller unterwegs als Kund:innen in den 5G-Netzen unserer Wettbewerber Telekom und Vodafone.

Die Telefónica Deutschland Gruppe betreibt inzwischen ein eigenständiges 5G-Kernnetz. Damit hat das Unternehmen die Basis geschaffen, den neuen Netzstandard aus der technischen Abhängigkeit von 4G zu lösen und als „5G Stand Alone“

auf eigene Beine zu stellen. Sowohl Privat- als auch Geschäftskund:innen wird das reine 5G-Netz künftig auch anspruchsvollste Anwendungen wie das vernetzte Fahren ermöglichen. Aus technischer Sicht ist das Unternehmen bereits heute in der Lage, ein bundesweites „5G Stand Alone“-Netz auszurollen. Sobald „5G Stand Alone“ für die Kund:innen einen echten Mehrwert wie Anwendungen in Echtzeit oder separat abgesicherte Netzwerke bietet und genügend Endgeräte die Technologie unterstützen, werden wir unseren Kund:innen einen entsprechenden Zugang zu der Technologie ermöglichen. Unmittelbar nach dem 5G-Netzstart im vergangenen Jahr haben wir damit begonnen, unser 5G-Kernnetz zunächst für industrielle Anwendungen in die Cloud zu verlagern. Das vereinfacht deutlich die Errichtung von 5G-Campusnetzen, beschleunigt die Einführung neuer Industrieanwendungen und verkürzt die Zeit bis zur Markteinführung neuer Produkte und Anwendungen.

Im Berichtsjahr diskutierte der CEO der Telefónica Deutschland Gruppe, Markus Haas, mit verschiedenen Expert:innen über die Bedeutung von 5G für die Mobilität in Deutschland, u. a. durch Technologien wie vernetztes Fahren oder Verkehrsmanagement in Echtzeit. Zu seinen Gesprächspartner:innen zählte die Präsidentin des Verbands der Automobilindustrie (VDA), Hildegard Müller (mehr zu unseren Dialogveranstaltungen im Kapitel „Transparenz und Dialog“).

### Vorreiter bei technologischen Innovationen

5G stellt höchste Anforderungen an das sogenannte Transportnetz im Mobilfunk, das die Mobilfunksignale der Nutzer:innen von den Sendestationen des Zugangsnetzes vor Ort zum Kernnetz leitet. Bisher versprach allein Glasfaser im Transportnetz die Geschwindigkeit zu liefern, die Kund:innen für die Nutzung aller Vorteile von 5G benötigten. Parallel binden wir unsere 5G-Mobilfunkstationen ergänzend dort über hochkapazitive Richtfunkssysteme an, wo in absehbarer Zeit keine Glasfaserinfrastruktur zur Verfügung stehen wird. Mit der Verschiebung der bisher geltenden physikalischen Grenzen für Richtfunkssysteme und aufgrund der hohen Flexibilität sowie der Kosten- und Zeitersparnis unterstützt die Richtfunklösung somit das Ziel eines schnellen 5G-Netzausbaus.

Gemeinsam mit unseren Technologie-Partnern haben wir Ende 2021 erstmals eine herstellerübergreifende Schnittstelle für Software Defined Networking (SDN) in unserem Mobilfunknetz geschaffen. Sie ist mit verschiedenen Richtfunkssystemen kompatibel, sodass wir Änderungen an unseren Richtfunkverbindungen einheitlich über alle Hersteller und nahezu in Echtzeit umsetzen können. Alle Anwendungen für das Netzmanagement und die weitere Automatisierung sind somit herstellerunabhängig angelegt. SDN und andere softwarebasierte Ansätze unterstützen uns dabei, die Komplexität unserer Netzarchitekturen zu reduzieren und unseren Netzausbau durch einen stärkeren Automatisierungsgrad noch schneller und mit höherer Qualität voranzutreiben.

Als erster deutscher Mobilfunk-Netzbetreiber haben wir Open RAN (Open Radio Access Network) in unser Mobilfunknetz implementiert, sodass die ersten O<sub>2</sub> Kund:innen es bereits nutzen können. Dabei handelt es sich um ein offenes Funkzugangsnetz, das anders als bisherige Entwicklungen führender Mobilfunktechnik-Hersteller mit Hard-

### 5G-Abdeckung

	Einheit	2021
Versorgung der deutschen Gesamtbevölkerung mit 5G <sup>1</sup>	gerundet in %	30

<sup>1</sup> Die gewählte bevölkerungsbezogene Auswertung umfasst nicht nur die haushaltsbezogene Versorgungsberechnung mit festem Ortsbezug, wie sie an die Bundesnetzagentur gemeldet wird. Sie bezieht auch Pendlerströme der Bevölkerung ein, so dass ein Teil der Bevölkerung sowohl an ihrem Wohn- als auch an ihrem Arbeitsort gezählt wird (Maximalbevölkerung). Damit berücksichtigt die Telefónica Deutschland Gruppe, dass die Dienstleistungen nicht nur stationär am Wohnort, sondern auch unterwegs nachgefragt werden.

<sup>1</sup> Opensignal Awards – Germany: 5G Experience Report August 2021: <https://www.opensignal.com/de/reports/2021/08/germany/mobile-network-experience-5g>



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1

UNGC-Prinzipien 1

und Software verschiedener Produzenten modular aufgebaut ist. Dank der offenen Schnittstellen zwischen den technischen Komponenten sind diese untereinander leicht austauschbar. Bei einer Modernisierung muss so künftig weniger feste Infrastruktur ersetzt oder ausgetauscht werden, eine Aktualisierung der Software reicht weitgehend aus.

Die Telefónica Deutschland Gruppe engagiert sich darüber hinaus im Projekt „Open RAN Lab“: Das Open RAN Lab ist eine vom Bundesministerium für Wirtschaft und digitale Infrastruktur geförderte Plattform, die allen interessierten Marktteilnehmer:innen offensteht. Netzbetreiber, Netzwerklieferanten, Start-ups, Wissenschaftler:innen, Forschungseinrichtungen oder KMUs können hier übergreifend die weitere Entwicklung von Open RAN – speziell für die Anforderungen des europäischen Marktes – vorantreiben. Mittel- bis langfristig soll die Öffnung zu mehr Wettbewerb und Anbietervielfalt auf dem Telekommunikationsmarkt führen und die Einführung neuer Dienste und Services beschleunigen.

In einem ganzheitlichen Transformationsprozess flexibilisieren wir die Netz- und IT-Systeme unseres Unternehmens und verlagern bis 2025 Systeme aus den Rechenzentren in die Cloud. Dazu haben wir eine detaillierte Strategie ausgearbeitet, die alle Sicherheitsaspekte und technologischen Vorteile der Cloud-Strukturen für unser Geschäft berücksichtigt. In Schulungen eignen sich unsere Entwickler:innen zusätzliche Kompetenzen für den Aufbau neuer Architekturen oder die Entwicklung und den Betrieb neuer Anwendungen an (mehr zum Thema Weiterbildung im [Kapitel „Arbeitsbefähigung für die Zukunft“](#)).

### 3G abschalten, 4G weiter ausbauen

Parallel zum Ausbau von 5G verbessern wir unser 4G/LTE-Netz konsequent weiter. Im Jahr 2021 haben wir das 3G Netz abgeschaltet und die 3G Systemtechnik an den Standorten vom Netz genommen. Die Standorte werden aber weiterhin

für 2G bzw. 4G/5G genutzt. Die freigewordenen Frequenzen nutzen wir für 4G, um unser Netz noch leistungsstärker zu machen und unseren Kund:innen höhere Datenraten, mehr Kapazitäten und eine bessere Sprachqualität zu bieten.

Ein kontinuierlich wachsendes 4G-Netz ist wichtig, da über 99% 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. In Regionen, in denen die Kapazität nicht ausreicht, ersetzen wir alte Standorte durch neue Plattformstandorte mit viel höherer Kapazität. 2021 erweiterten wir auf diese Weise über 9.000 Standorte für ein schnelleres Internet vor allem auch in ländlichen Regionen.

Inzwischen versorgen wir mehr als 99% der Haushalte mit 4G/LTE. Damit erfüllt die Telefónica Deutschland Gruppe die bundesweite Auflage der Bundesnetzagentur von 98% Haushaltsabdeckung mit einer Download-Geschwindigkeit von 50 Mbit/s. Wir konzentrieren uns darüber hinaus auf den 4G/LTE-Ausbau entlang wichtiger Verkehrsinfrastrukturen wie Autobahnen, Bundesstraßen und Zugstrecken. Die Telefónica Deutschland Gruppe schließt schrittweise die verbliebenen Abdeckungs-lücken, damit Kund:innen möglichst überall vom schnellen 4G/LTE-Netz profitieren. Zu diesem Zweck haben wir Anfang 2021 gemeinsam mit der Telekom und Vodafone jeweils eine Initiative zur besseren Abdeckung Grauer Flecken gegründet. An mehreren hundert ausgewählten Antennenstandorten werden wir Netztechnik gemeinsam nutzen, um Flächen, in denen nicht alle Anbieter einen mobilen Netzzugang über 4G für ihre Kund:innen bieten können, besser zu erschließen. Im Gegensatz zu bisherigen Kooperationen wie Site-Sharing oder dem Betreiber-Abkommen zur Schließung Weißer Flecken müssen in diesem Ansatz keine zweite separate Funktechnik oder zusätzliche Antennen installiert werden.

Der schnelle Ausbau unserer 4G- und 5G-Netze macht sich in einer deutlich besseren Netzqualität und damit auch einem starken Anstieg der Datennutzung der Kund:innen bemerkbar. Das liegt vor allem an der steigenden Beliebtheit von Musik- und Videostreaming sowie dem Teilen von Fotos und Videos auf Social Media oder über Messaging-Apps wie WhatsApp. Zum Ende des Jahres 2021 transportierte unser Netz zwei Milliarden Gigabyte an Datenvolumen – ein Höchstwert in Deutschlands Mobilfunknetzen. Damit hat sich die Datennutzung in unserem Netz in einem Zeitraum von nur zwei Jahren verdoppelt.

Im Zuge unserer großen O<sub>2</sub> Netzkampagne können Verbraucher:innen seit Sommer 2021 einen Monat lang kostenlos unsere Netzqualität testen. Das Testangebot richtet sich insbesondere an Menschen in ländlichen Gebieten, wo sich die Qualität unseres Netzes deutlich verbessert hat und nun auf Augenhöhe mit den Wettbewerbern liegt. Aufgrund des Erfolgs der Kampagne – wir konnten viele Neukund:innen gewinnen – haben wir die Option, unser Netz einen Monat lang unverbindlich auszuprobieren, bis Sommer 2022 verlängert. Das neue Telekommunikationsgesetz sehen wir dabei als Chance, weil potenzielle Kund:innen nun noch leichter zu uns wechseln können.

### Partnerschaften für ein leistungsstarkes Netz

Durch zukunftsfähige Breitband-Kooperationsmodelle stellen wir unseren Kund:innen eine breite Festnetzabdeckung in Deutschland bereit. Dabei bieten wir ihnen durch erfolgreiche Partnerschaften einen breiten Infrastrukturmix aus Kabel, Glasfaser, 4G/5G und DSL. Wir arbeiten mit mehreren Telekommunikationsdienstleistern wie auch mit anderen Netzbetreibern zusammen und setzen hierbei auch auf regionale Partnerschaften. Die leistungsstarke Kabelinfrastruktur von Vodafone und Tele Columbus ermöglicht es uns seit 2021,



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-43; 203-1; 203-2; 416-1

UNGC-Prinzipien 1

deutschlandweit Haushalte mit Breitbandkabel zu erreichen. Über unsere Kooperation mit der Deutschen Telekom können wir VDSL-Produkte aus dem Netz der Telekom an unsere Kund:innen vermarkten, perspektivisch auch Glasfaser.

Zudem bieten wir O<sub>2</sub> my Home Produkte über Glasfaser an, die von der Gesellschaft „Unsere Grüne Glasfaser“ (UGG) für unsere Marke O<sub>2</sub> seit Frühjahr 2021 zur Verfügung gestellt werden. Als Großkunde vermarkten wir Breitbandprodukte über diese Infrastruktur. Bei der UGG handelt es sich um ein Joint Venture, welches die Telefónica, S.A. Group zusammen mit der Allianz gegründet hat. Die Telefónica Deutschland Gruppe ist mit 10% beteiligt. In den kommenden fünf Jahren will die UGG 2,2 Mio. Haushalte in vorwiegend ländlichen und bisher unterversorgten Gebieten mit Glasfaser versorgen und dafür bis zu 5 Mrd. EUR in den Ausbau investieren.

Im Rahmen von Wholesale-Verträgen stellen wir unser Mobilfunknetz auch anderen Telekommunikationsanbietern wie z. B. der Mobilcom-Debitel und 1&1 Gruppe zur Verfügung. So hat die Telefónica Deutschland Gruppe beispielsweise wie geplant im Frühjahr 2021 die künftige Ausgestaltung der bestehenden Partnerschaft mit der 1&1 Gruppe in einer National-Roaming-Vereinbarung auf eine neue vertragliche Basis gestellt.

## 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 erfüllen wir die Anforderungen der Selbstverpflichtung gegenüber der Bundesregierung, des Bundes-Immissionsschutzgesetzes 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.

Mit unserer Expertise haben wir uns 2021 bei verschiedenen Informationsveranstaltungen vor Ort eingebracht. So waren wir z. B. bei vier Fachkonferenzen für Entscheidungsträger:innen in Kommunen zum Mobilfunkausbau dabei, die das baden-württembergische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau 2020 und 2021 veranstaltet hat.

Gemeinsam mit den Mobilfunkanbietern Telekom Deutschland, Vodafone und 1&1 Drillisch betreiben wir das Informationsportal [www.informationszentrum-mobilfunk.de](http://www.informationszentrum-mobilfunk.de). Im Fokus dieses Informationsangebotes stehen der Auf- und Ausbau der Mobilfunknetze im gesellschaftlichen Konsens, Verbrauchertemen und der Gesundheitsschutz. Im Berichtsjahr hat das Informationszentrum Mobilfunk gemeinsam mit der Bayrischen GemeindeZeitung drei Online-Veranstaltungen für kommunale Entscheidungsträger:innen in Bayern veranstaltet, um über den Mobilfunkausbau und 5G zu informieren. Ein wesentlicher Teil der vermittelten Informationen bezog sich auf die kommunale Abstimmung von Mobilfunkstandorten und deren Rolle im gesamten Realisierungsprozess eines neuen Mobilfunkstandortes. Zudem wurde in Kooperation mit der Gesellschaft für Hygiene, Umweltmedizin und Präventivmedizin ein Infobaustein für Kommunen zu Mobilfunk und Gesundheit entwickelt. Damit soll ein sachlicher, wissenschaftsbasierter Umgang mit dem Thema vor Ort erleichtert werden.

### Schritte beim Aufbau einer Mobilfunk-Basisstation<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Quelle: [www.informationszentrum-mobilfunk.de/mediathek/grafiken/schritte-beim-aufbau-einer-mobilfunk-basisstation](http://www.informationszentrum-mobilfunk.de/mediathek/grafiken/schritte-beim-aufbau-einer-mobilfunk-basisstation)



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

## Commitment

Wir tragen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei und richten digitale Innovationen nach ethischen Prinzipien aus.

## Unsere Erfolge

Unsere IoT-Lösungen haben 2021 die Energiewende weiter vorangebracht. Zu unseren Kund:innen zählen unter anderem Mobilitäts- und Logistikunternehmen, Energieversorger und grüne Start-ups. Dank des konsequenten Rollouts von Smart Meter Gateways stellen wir die digitale Infrastruktur zur erfolgreichen Vernetzung von intelligenten Messsystemen. Mit dem Geschäftsfeld Mobility Insights unterstützen wir Forschungsprojekte, die das innovative Potenzial der Datenanalyse für alle Lebensbereiche und zum Nutzen der Gesellschaft erschließen.

**2.190** 

Fahrzeuge wurden mit Geotab ausgestattet

**28 neue Start-ups**

von Wayra gefördert aus den Bereichen künstliche Intelligenz, Fintech, IoT, Datenanalyse und Nachhaltigkeit

## Fokus-SDGs

Zum Schutz von Menschen und Umwelt wollen wir nachhaltiges Wirtschaftswachstum fördern. Durch inklusive und nachhaltige Innovationen stärken wir eine nachhaltige und sichere Entwicklung, beispielsweise von Städten und Verkehrsströmen, und tragen so dazu bei, Energieverbräuche zu optimieren und Emissionen zu verringern.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte    ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen    ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Klima- und Ressourcenschutz

Wir treiben mit nachhaltigen Innovationen die digitale Entwicklung voran und fördern nachhaltige und klimaschonende Anwendungen in den Bereichen künstliche Intelligenz, IoT, Datenanalyse und Nachhaltigkeit.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

# Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

## 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 der Digitalisierung teilhaben können, um das tägliche Leben für jeden nachhaltiger und besser zu machen. Es ist unser erklärtes Ziel, die digitale Entwicklung nachhaltig voranzutreiben. Deshalb berücksichtigen wir die Auswirkungen unseres Geschäftsmodells auf Umwelt und Gesellschaft. Dabei steht für uns immer der Mensch im Mittelpunkt.

Mit digitalen Produkten und Dienstleistungen wollen wir dazu beitragen, dass das Leben der Menschen einfacher, sicherer, gesünder und umweltfreundlicher wird. Gerade während der COVID-19-Pandemie haben sich der enorme Nutzen und die Notwendigkeit der Digitalisierung für die Bewältigung aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen gezeigt, sei es bei der Verhinderung sozialer Isolation, 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. Auch in unseren eigenen Innovationsteams entwickeln und testen wir neue Ideen für Produkte und Dienstleistungen und entwickeln bestehende Services konsequent weiter. Wir setzen dabei auf die Analyse anonymisierter Daten, auf die Vernetzung von Geräten sowie auf

innovative Produkte für Kund:innen mit dem Fokus, Anforderungen im Alltag mit digitalen Lösungen zu meistern und sicherer zu machen. Mit digitalen Serviceangeboten wie dem Videochat oder der virtuellen Assistenz Aura reduzieren wir darüber hinaus Barrieren und ermöglichen Inklusion.

Unsere Produkte vereinen den Dreiklang „Vernetzen. Analysieren. Optimieren“ und sind so ein wichtiger Aspekt unserer Wettbewerbsfähigkeit. Mit dem neuen Mobilfunkstandard 5G können wir den positiven Effekt durch Echtzeitanwendungen und die Kapazitätswachse bei der Datenübermittlung noch vervielfachen und auf diese Weise die Energiewende voranbringen. Autonomes Fahren oder schlankere Produktionsverfahren sind nur einige Beispiele für die Effizienzsteigerungen, die mithilfe von 5G möglich werden. Damit begegnen wir auch wirkungsvoll der größten Herausforderung unserer Zeit: dem Klimawandel.

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 Förderung.

Um die Digitalisierung in Deutschland weiter proaktiv voranzutreiben, haben wir eine Vier-Milliarden-Investitionsinitiative bis 2022 gestartet, um unser O<sub>2</sub> Netz in Städten, auf dem Land und entlang von Verkehrswegen gezielt auszubauen. Wir wollen die letzten Abdeckungslücken schließen und bis 2025 eine landesweite Abdeckung mit 5G erzielen. Durch ein immer besseres O<sub>2</sub> 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.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

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.

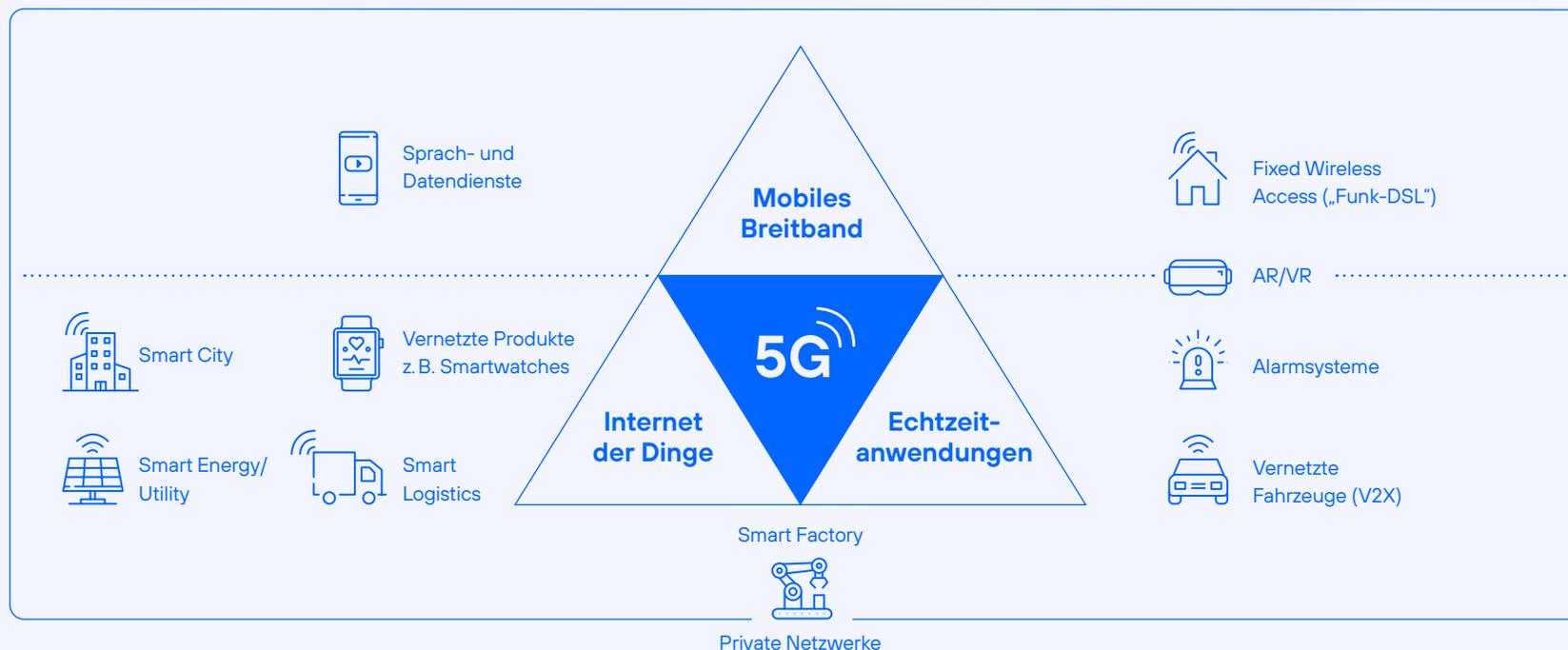
**STRATEGISCHE PRIORITÄTEN**  
**Innovationspotenziale von 5G**  
**umfassend erschließen**

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 standen im Berichtsjahr 2021 der verstärkte Ausbau der Versorgung von ländlichen Gebieten insbesondere mit 4G und die beschleunigte Erweiterung der Kapazitäten in Städten mit 5G. 2022 werden wir den Netzausbau weiter vorantreiben und 5G in immer mehr Städten und vor allem auch in ländlichen Regionen verfügbar machen (mehr zum Netzausbau im **Kapitel „Netzqualität und -abdeckung“**).

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 Kund:innen 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 nutzen. Neben Standard-Datendiensten können mit 5G zudem Anwendungen wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) im privaten und gewerblichen Gebrauch ihr Potenzial entfalten.

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat im September 2021 erfolgreich einen Sprachanruf rein über ihr 5G Live-Netz durchgeführt. Mit der technologischen Neuerung Voice over New Radio (VoNR) wird Sprachtelefonie im 5G-Netz überhaupt erst





Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

möglich. Bis dato laufen Sprachverbindungen in allen deutschen Mobilfunknetzen noch über Vorgängertechnologien. Dass Sprachanrufe mit VoNR ohne Umweg im 5G-Netz verbleiben, reduziert den Übertragungsaufwand und schont die Smartphone-Akkus unserer Kund:innen.

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 hinausgehen. Mit 5G lassen sich erstmals Anwendungen in Echtzeit realisieren und Millionen von Geräten miteinander vernetzen, was z. B. dabei hilft, die Sicherheit im Straßenverkehr zu erhöhen oder die Energieversorgung von Haushalten effizienter zu gestalten.

## Echtzeitanwendungen für verbesserte Verkehrssysteme

Welche Möglichkeiten die 5G-Technologie für die Zukunft der Mobilität bietet, hat die Telefónica Deutschland Gruppe im September 2021 bei den „O<sub>2</sub> 5G Race Days“ anlässlich der IAA Mobility gezeigt. Über das öffentliche O<sub>2</sub> 5G-Netz konnten Interessierte Rennfahrzeuge in Echtzeit über eine Rennstrecke steuern – von überall auf der Welt, wo es 5G gibt. Die schnellen Reaktionszeiten des 5G-Netzes entschieden hierbei wortwörtlich über Sieg oder Niederlage.

Mit Ladezeiten von unter einer Millisekunde lassen sich auch Anwendungen im „echten“ Straßenverkehr realisieren, etwa beim vernetzten Fahren. Die Fahrzeugtechnologie Vehicle-to-X-Kommunikation (V2X) ermöglicht die Kommunikation mit anderen Fahrzeugen, Lastkraftwagen, Fahrradfahrer:innen oder Fußgänger:innen 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.

Im Oktober 2021 haben wir auf dem ITS World Congress in Hamburg erstmals eine Mobile-Edge-Computing-Vernetzungslösung präsentiert, die digitale Mobilitätsanwendungen über Echtzeit-Kommunikation im 5G-Netz möglich macht. Bei diesem Test mit unserem Netz und dem Netz der Deutschen Telekom konnte der Automobilzulieferer Continental seinen Kollisionswarndienst für Verkehrsteilnehmer:innen implementieren und ihn mit einer jederzeit stabilen und festen Latenzzeit betreiben.

## 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:innen 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 verzeichnete auch 2021 eine hohe Nachfrage des Mittelstands in Bezug auf IoT. Für die automatisierte Datenübertragung zwischen Objekten und Maschinen bieten wir unseren Kund:innen die beiden Netzstandards Narrowband (NB) IoT und LTE-M an. Diese LTE-Subtechnologien, die auf derselben Frequenz laufen, haben eine besonders gute Gebäudedurchdringung. Dadurch lassen sich Smart Meter Gateways beispielsweise auch in Kellerräumen erreichen und durch den Sleep-Modus besonders energieschonend betreiben. Mit dem Ausbau der NB-IoT- und LTE-M-Vernetzungen sehen wir uns auf dem besten Weg, einen digitalen Mehrwert für unsere Kund:innen 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 Hersteller von Wearables und Roboterproduzenten bis zu Energieversorgern und Energiewende-Startups. Die Lanthan Safe Sky GmbH z. B. setzt auf eine IoT-Lösung der Telefónica Deutschland Gruppe, um die nächtliche Signalbeleuchtung von bis zu 10.000 Windenergieanlagen umzurüsten. Ab 2023 darf diese sogenannte Nachtkennzeichnung nur aufleuchten, sobald sich ein Flugzeug oder Hubschrauber auf weniger als vier Kilometer nähert. Mit unserer IoT-Lösung reduzieren wir die Signalbeleuchtung an Windenergieanlagen um 98%. So tragen wir nicht nur dazu bei, die negativen Auswirkungen einer dauerhaften Beleuchtung auf Tiere zu minimieren, sondern erhöhen auch die Akzeptanz dieser nachhaltigen Energiegewinnung speziell bei den Anwohner:innen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

#### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

In der Logistikbranche macht Vernetzung den Transport und Austausch von Waren und Produktionsgütern schneller und intelligenter und verhindert Produktpiraterie. Ladungsträger und Inhalte werden mittels Mobilfunk überwacht. Waren und Güter sind somit ununterbrochen verfolgbar und Lieferketten können digital dokumentiert werden.

### IoT-Konnektivität jetzt für breiten Markt erschwinglich

Im Berichtsjahr haben wir unser IoT-Tarif-Portfolio erweitert und damit IoT-Konnektivität für einen breiten Markt erschwinglich gemacht: Der neue O<sub>2</sub> Business Easy IoT Prepaid-Tarif ergänzt den bereits etablierten Tarif IoT Connect. Damit erhalten Unternehmen einen einfach zu administrierenden Tarif insbesondere für IoT-Anwendungen mit geringem Datenübertragungsbedarf und sehr langer Nutzungsdauer. Für den Mittelstand haben wir mit dem Produkt O<sub>2</sub> Business Smart Network eine neue digitale Vernetzungslösung entwickelt, mit der Unternehmen ihre Firmenstandorte einfach vernetzen und bestehende Infrastrukturen sicher für das digitale Zeitalter aufstellen können.

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 optimale 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 Kund:innen ein komfortables und effektives Ma-

agementsystem 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.

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

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



netz 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:innen verteilt, während Smart Meter kontinuierlich den Energieverbrauch messen und Energie ganz nach dem aktuellen Bedarf der Nutzer:innen bereitstellen. Mit den intelligent vernetzten Zählern wissen diese so jederzeit darüber Bescheid, wann sie wie viel Gas, Strom oder Wasser verbrauchen. Die co.met GmbH z. B. versorgt als Dienstleister für den Betrieb von Messstellen mehr als 400 meist kommunale Energieversorger, Stadt- und Gemeindewerke sowie Kommunen. Die Telefónica Deutschland Gruppe realisiert für diesen Kunden nicht nur die Mobilfunkanbindung der Smart Meter Gateways, sondern vereinfacht auch mit der Kite Plattform die Administration der SIM-Karten.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

Auch im Bereich Smart Mobility können über den 5G-Mobilfunk oder den neuen IoT Mobilfunkstandard LTE-M 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 Kund:innen mittels Network Slicing eine separate Netzinfrastruktur zur Verfügung stellen und damit die Komplexität im Netz verringern.

Mit Smart Mobility bieten wir unseren Geschäftskund:innen 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 Kund:innen noch mehr Transparenz für die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben zur durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Flottenemission. Logistik- und Transportunternehmen bringt die Innovation besondere Einspareffekte. Die Geotab Telematik-Geräte sind bereits ab Werk mit IoT-SIM-Karten der Telefónica Deutschland Gruppe ausgestattet, die speziell für anspruchsvolle Umgebungsbedingungen ausgelegt sind und eine hohe Lebensdauer gewährleisten. Mit unserer **Plug-and-Play-Lösung** werden Fahrzeuge innerhalb von wenigen Minuten intelligent und können Fahrzeug- und Motordaten erfassen. Die Anwendung eignet sich herstellerübergreifend für alle PKWs und Nutzfahrzeuge.

### Smart Cities bündeln 5G-Innovationen

Die enormen Kapazitäten und Übertragungsraten von 5G im Zusammenspiel mit modernen IoT-Lösungen helfen Städten dabei, sich zu Smart Citys 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:innen 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 Citys leisten, in denen die Menschen von einer nachhaltigen Lebensqualität profitieren können. Unser Smart-City-Konzept beruht darauf, dass wir als Telekommunikationsanbieter Erfahrung damit haben, wie Menschen Technologie verwenden und was die Bewohner:innen einer modernen Stadt erwarten. Dieses Wissen stellen wir kommunalen Entscheider:innen unter strikter Einhaltung des Datenschutzes zur Verfügung und entwickeln mit ihnen, unserem Produktportfolio und offenen Plattformen vielfältige digitale Lösungen.

### Nachhaltiger Nutzen von Datenanalysen

Als Mobilfunkanbieter mit aktuell rund 45,7 Mio. 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 unterstützen wir Forschungsprojekte, die 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.

Die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) z. B. greifen 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 anonymisierte Daten zu Ein-, Aus- und Umstiegen und Verkehrsverflechtungen. Sie basie-

ren 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.

Die Relevanz von Mobilitätsanalysen auf Basis von Mobilfunkdaten hat sich insbesondere beim Umgang mit der COVID-19-Pandemie gezeigt. Hier haben wir unsere gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen und mit Partnern wie Teralytics und Senozon das Robert Koch-Institut (RKI) auch im Berichtsjahr bei seiner Arbeit unterstützt. Auf Basis anonymisierter und aggregierter Mobilfunkdaten ist es beispielsweise möglich, Mobilitätsströme für das gesamte Land abzubilden. Diese Daten verwendet u. a. das **Statistische Bundesamt**, um aus dem Bewegungsverhalten der Bevölkerung in der Pandemie Erkenntnisse über die Wirkung von Maßnahmen abzuleiten.

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



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

**Kund:innen und Geschäftspartner**

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

**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 analytischem Know-how, auch in Bezug auf KI. In einem eigenen „Center of Excellence“ für KI arbeiten über 80 Expert:innen an konkreten Lösungen für unsere Kund:innen.

Darüber hinaus nutzen wir die KI-Funktion Aura, die als direkte Schnittstelle zu unseren Kund:innen im O<sub>2</sub> Online-Webportal und in unserem WhatsApp-Service-Kanal integriert ist. Aura bietet personalisierte Informationen und Angebote, die wir beständig erweitern, um mehr Kund:innen 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 im Prepaid-Bereich, oder die Nutzung von Multimedia-Angeboten.

**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.



**Menschen über KI**  
Der Mensch muss oberste ethische Instanz bleiben.



**Überprüfung Dritter**

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



**Transparenz und Datenschutz**

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



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

### Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

**UNGC-Prinzipien** 9

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 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 Kund:innen 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 auch im Berichtsjahr gemeinsam mit der Bundesdruckerei sowie Unternehmen und Forschungseinrichtungen für die Schaffung einer Sicherheitsarchitektur für Dienste mit hohem Schutzbedarf engagiert: Das Projekt „ONCE“ vereinfacht Prozesse von hoher Alltagsrelevanz mithilfe vertrauenswürdiger, sicherer digitaler Identitäten. Das betrifft Verwaltungsvorgänge im Serviceportal einer Kommune oder eines Landkreises, den Vertragsabschluss bei einem Autovermieter oder das Einchecken in einem Hotel. Die ID-Systeme werden derzeit in der Region Hessen sowie in Kommunen in Nordrhein-Westfalen erprobt. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert das Projekt.

Ebenfalls im Berichtszeitraum haben wir den ersten Dienst eines „Smart Digits“-Portfolios gelanccht. Damit können unsere Partner anhand des Aktivierungsdatums einer SIM-Karte erkennen, ob eine Transaktion einen betrügerischen Hintergrund haben könnte.

### Wayra: erfolgreiche Partnerschaften mit Start-ups

Wayra ist 2021 vom Capital Magazin zum besten Innovationslabor in Deutschland gekürt worden. Als erste Digital Innovation Unit erreichte Wayra einen Score von mehr als 4,5 und damit eine Fünf-Sterne-Bewertung. Überdurchschnittlich gut schlossen wir bei den Kriterien „Wachstum und Potenzial“, „Geschwindigkeit“ und „Wirtschaftlicher Erfolg“ ab. Im Berichtsjahr wurde Wayra außerdem für die renommierte Rudolf-Diesel-Medaille, Europas ältesten Innovationspreis, nominiert. Die Preisträger:innen werden im Frühjahr 2022 bekanntgegeben.

2021 förderten wir über Wayra 28 neue Start-ups aus den Bereichen künstliche Intelligenz, Fintech, IoT, Datenanalyse und Nachhaltigkeit. Insgesamt sind in deutschen Start-ups nur 7 % Frauen vertreten. Daher hat Wayra in ihrer Strategie das Thema Diversity fest verankert und entsprechende KPIs für alle Mitarbeiter:innen vereinbart. So müssen die Venture Development Manager:innen geeignete weibliche Start-ups scouten und ins Programm aufnehmen, d. h. Start-ups, die von Frauen geführt werden oder die mindestens eine Frau auf C-Level-Ebene vorweisen können. Bereits heute werden einige Start-ups, die von Wayra gefördert werden, von Frauen geführt.

Die Förderung von Wayra konzentriert sich zunehmend auf Start-ups, die nachhaltige und klimaschonende 5G-Anwendungen vorantreiben.

Im März 2021 haben wir zu diesem Zweck das 5G Tech Lab eröffnet. In einem 1.000 m<sup>2</sup> großen Showroom in München können Start-ups, die nachhaltige Innovationen im Bereich 5G und IoT entwickeln, die neuste Technologie-Infrastruktur nutzen, mit 5G-Expert:innen und Entwickler:innen zusammenarbeiten und ihre Ideen Unternehmen aus dem Telefónica Netzwerk vorstellen. Zu den Start-ups, die ihre Lösungen im 5G Tech Lab präsentieren, zählt Fold AI. Die Gründer:innen nutzen IoT, künstliche Intelligenz und Data Science, um den Klimawandel zu bekämpfen. Per Sensor generierte Daten über das natürliche Ökosystem werden den Nutzer:innen in Echtzeit über eine Web-Applikation zur Verfügung gestellt, damit sie diese in ihre Entscheidungsfindung einbeziehen können, etwa bei der nachhaltigen Bewirtschaftung von Wäldern.

Ein weiteres Wayra Start-up mit nachhaltigem Ansatz ist Keepoala. Die drei Gründer wollen die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Onlinehandel für Bekleidung reduzieren, indem sie alle Käufer:innen, die bestellte Ware behalten, mit einem Prämiensystem belohnen. Für die Versandhändler rechnet sich das, denn Retouren verursachen hohe Kosten. Bei der Dekarbonisierung von Unternehmen hilft auch das von Wayra geförderte Start-up ClimateChoice. Sein Fokus liegt auf der Lieferkette. Auch die Telefónica Deutschland Gruppe kooperiert mit ClimateChoice, um die Emissionen in der eigenen Lieferkette zu analysieren und schließlich zu reduzieren.

Im Juli 2021 setzte Wayra beim One Young World Summit in München Impulse mit einer Session zu datenbasierten Anwendungen für soziale Innovationen. CEO Florian Bogenschütz und drei Gründerinnen, die von Wayra unterstützt werden, diskutierten mit den Teilnehmer:innen die vielfältigen Möglichkeiten einer Verbindung zwischen Unternehmen und Start-ups.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Die digitale Arbeitswelt vorantreiben



## Arbeitgeberattraktivität auf Top-Niveau

Gestaltung des  
Arbeitsumfeldes

Arbeitsbefähigung  
für die Zukunft

### Mission 2025

Wir wollen als attraktiver Arbeitgeber die digitale Arbeitswelt von morgen vorantreiben.

**60,4 Punkte**

Employee Net Promoter Score (eNPS)  
zur Arbeitgeberattraktivität: +6,6 Punkte  
im Vergleich zum Vorjahr

**100%**

Zugang zu Weiterbildungen wollen wir  
unseren Mitarbeiter:innen ermöglichen



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Gestaltung des Arbeitsumfelds

## Commitment

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 Mitarbeiter:innen sowie die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle.

## Unsere Erfolge

Unsere Initiative „5 Bold Moves“ setzen wir konsequent um und erleichtern damit die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle mit beruflichen Erfordernissen. Wir freuen uns über eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit. Der Employee Net Promoter Score lag 2021 über dem schon guten Vorjahreswert. 94 % der Mitarbeiter:innen bestätigten in einer Umfrage, dass die Telefónica Deutschland Gruppe Gleichberechtigung unterstützt und allen gleiche Chancen bietet. Wir haben das Stipendium „Women in Data“ gelauncht, das 50 Frauen die Weiterbildung zur Data-Analystin ermöglicht. Über 44 % der Belegschaft engagieren sich in sozialen Projekten.

3.

Zum dritten Mal im Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) aufgenommen

94%

der Mitarbeiter:innen bestätigen Chancengleichheit in unserem Unternehmen

## Fokus-SDGs

Wir fördern die Gleichstellung der Geschlechter, die Chancengleichheit sowie den Abbau von Gehaltsunterschieden und bieten hochwertige Beschäftigung für Frauen und Männer, einschließlich Menschen mit Behinderungen. Wir ermutigen unsere Mitarbeiter:innen, sich zu engagieren und benachteiligten Menschen zu helfen.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte    ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen    ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Mitarbeiter:innen-Einbindung

Wir beteiligen Mitarbeiter:innen in der digitalen Transformation an der Gestaltung und Entscheidungsfindung und fördern den offenen Austausch in unserem Unternehmen.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

### Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung (103-2; 103-3); Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); GRI 102-8; 102-43; 401-2

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

# Gestaltung des Arbeitsumfelds

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

### Wertschätzung und Vielfalt stärken

In der Telefónica Deutschland Gruppe wollen wir ein wertschätzendes Arbeitsumfeld schaffen, in dem alle Mitarbeiter:innen die Chancen der Digitalisierung für sich nutzen können und gleichberechtigt Zugang zu Karrieremöglichkeiten mit Raum für individuelle Lebensmodelle erhalten. Indem wir stärker als je zuvor auf hybride Zusammenarbeit, Flexibilität und Produktivität setzen, treiben wir die digitale Transformation in unserem Unternehmen voran – mit den Bedürfnissen des Einzelnen und unserem Beitrag für die Gesellschaft im Blick.

Als Unternehmen mit über 7.400 Mitarbeiter:innen haben wir eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung für Chancengleichheit. Dies gilt nicht nur für den Zugang zur Digitalisierung, den wir als Telekommunikationsunternehmen allen Menschen bieten wollen, sondern auch für die Entwicklungsmöglichkeiten der Menschen, die bei uns arbeiten. 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.

Seit Beginn der Pandemie ist es den Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe gelungen, nahezu ausschließlich virtuell produktiv zusammenzuarbeiten. Doch persönliches Zusammenkommen bleibt wichtig. Künftig wollen wir deshalb in einer hybriden Arbeitswelt beide Optionen verbinden. Dieses „neue Normal“ erfordert eine gute Balance zwischen unternehmerischen Interessen

und den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter:innen sowie klare Absprachen. Entscheidend ist aber auch der Perspektivenwechsel von der ausschließlichen Arbeit im Homeoffice zu einem hybriden Arbeitsmodell, das das Beste aus digitaler Zusammenarbeit und dem Zusammenkommen vor Ort verbindet. So wollen wir uns die positiven Veränderungen aus der Pandemiezeit auch zukünftig bewahren.

Unsere „5 Bold Moves“, die wir 2020 beschlossen haben, bilden unsere Leitlinien für den Weg in die digitale Arbeitswelt von morgen. Ein wichtiges Ziel dieser fünf Schlüsselinitiativen ist es, Engagement und Bindung der Mitarbeiter:innen durch flexible Arbeitsmöglichkeiten zu stärken. Im Pandemiejahr 2021 war die Flexibilisierung der Arbeitszeit wie bereits im Vorjahr für all jene Mitarbeiter:innen von entscheidender Bedeutung, die Betreuungspässe in Kindertagesstätten oder Schulen ausgleichen mussten.

Auch über das Ende der Pandemie hinaus wollen wir den Fokus auf Flexibilität legen und für eine bessere Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle mit der beruflichen Rolle sorgen. Unser Ziel ist es, das Potenzial unserer Mitarbeiter:innen über alle Generationen, Geschlechter und fachlichen sowie persönlichen Hintergründe hinweg zu nutzen. Das wird vor allem vor dem Hintergrund des voranschreitenden demografischen Wandels immer wichtiger. Deshalb kommt es darauf an, die Mitarbeiter:innen in allen Lebensphasen und Karrierestufen kontinuierlich zur internen Mobilität und zur Weiterentwicklung zu ermutigen.

38,5% der Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe sind weiblich. Der Frauenanteil im Senior Management inkl. Vorstand beträgt zum Ende des Berichtsjahres 2021 28,8%. Unser Bestreben, Frauen in Führungspositionen erfolgreich zu machen und ihren Anteil im Top-Management zu erhöhen, haben wir fest in unseren Unternehmenszielen verankert. Eine Herausforderung in diesem Zusammenhang ist, weibliche Nachwuchsführungskräfte in ausreichender Zahl zu gewinnen, um den Anteil von Frauen in Führungspositionen wie geplant ausbauen zu können.

Das Engagement unserer Mitarbeiter:innen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Telefónica Deutschland Gruppe – und entsprechend groß ist das Potenzial unserer Mitarbeiter:innen, mit vereinten Kräften in der Gesellschaft einen verantwortungsvollen Umgang mit der digitalen Transformation zu fördern. Aus diesem Grund schaffen wir unter Einbindung der Führungskräfte ein Arbeitsumfeld, in dem sich unsere Mitarbeiter:innen aktiv mit ihrer Leistung, ihren Ideen und ihrem sozialen Engagement, beispielsweise über Freiwilligenaktionen mit der „ReDi School of Integration“, einbringen können.

Wir legen Wert auf ein faires Miteinander, eine partnerschaftliche Zusammenarbeit sowie ein inspirierendes, motivierendes Arbeitsklima. Mit den entsprechenden Maßnahmen und im kontinuierlichen Austausch mit unseren Mitarbeiter:innen möchten wir für sie und für externe Bewerber:innen auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber sein.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

### Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung (103-2; 103-3); Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); GRI 102-8; 102-41; 102-43; 401-2

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

## PROZESSE UND STEUERUNG

### Mitarbeiter:innen geben regelmäßig Feedback

Die übergeordnete Verantwortung für den Personalbereich trägt unsere Personalvorständin als Chief Human Resources Officer (CHRO). Um die Attraktivität unseres Arbeitsumfeldes 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 Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe durchgeführt. Zu den gemessenen Werten zählt der „employee Net Promoter Score“ (eNPS), der darüber Auskunft gibt, mit welcher Wahrscheinlichkeit Mitarbeiter:innen Telefónica als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Er ist damit ein wesentlicher Indikator für unsere Arbeitgeberattraktivität. Darüber hinaus werden Scores für Agilität, Führungsstärke und Mobilität ermittelt.

Im Jahr 2021 haben wir einen eNPS von 60,4 Punkten (2020: 53,8) erreicht und damit erneut den Wert aus dem Vorjahr übertroffen. Schon ein Wert über Null bedeutet, dass die Mehrheit der Mitarbeiter:innen zufrieden ist und ihren Arbeitgeber weiterempfehlen würde. Wesentliche Treiber waren die hohe Flexibilität bei Arbeitszeit und Arbeitsort sowie die Unterstützung während der Pandemie. Themen, die außerdem besonders auf

den eNPS einzahlen, sind das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter:innen, gemeinsames gesellschaftliches Engagement sowie Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten.

Weitere Ergebnisse zeigen, dass sich 93 % unserer Mitarbeiter:innen trotz des virtuellen Arbeitens in der anhaltenden Pandemiesituation weiterhin als Teil eines Teams fühlen, und dass Kernthemen der Transformation wie Führungskräfteentwicklung, Mobilität im Unternehmen und der Aufbau wesentlicher Zukunftskompetenzen auch während der COVID-19-Pandemie erfolgreich vorangebracht werden konnten. Mit dem Unternehmenszweck der Telefónica Deutschland Gruppe identifizieren sich 92 % der Befragten: Sie stimmen der Aussage zu, dass das, was wir bei Telefónica in Deutschland tun, einen bestimmten Zweck hat, von dem die Gesellschaft profitieren wird.

Die Rücklaufquote der globalen Umfrage betrug 2021 77 % und bewegte sich damit im Vergleich zum Vorjahr stabil auf hohem Niveau (2020: 77 %). 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	2021	2020	2019
Rücklaufquote	%	77	77	79
Employee Net Promoter Score (eNPS)	Punktzahl	60,4	53,8	21,5

Mithilfe unserer Personalstrategie steuern wir unsere Maßnahmen und Prozesse und legen Schwerpunkte fest. Unsere Richtlinie zu den Menschenrechten enthält Leitlinien zum Umgang mit unseren Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus gelten unsere Geschäftsgrundsätze für alle Mitarbeiter:innen.

### Starke Vertretung der Mitarbeiterinteressen

18 Betriebsratsgremien vertreten die Interessen nahezu aller Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe. Das deutsche Betriebsverfassungsgesetz erteilt Betriebsrät:innen als Arbeitnehmervertretungen weitreichende Befugnisse und stärkt so die Arbeitnehmerrechte. Der Schutz der Arbeitnehmer:innen durch das deutsche Betriebsverfassungsrecht ist an vielen Stellen deutlich besser als der Schutz in anderen europäischen und außereuropäischen Ländern.

Unabhängig von der betriebsverfassungsrechtlichen Vertretung steht es Arbeitnehmer:innen hierzulande frei, sich gewerkschaftlich zu organisieren. Auch in den Betrieben der Telefónica Deutschland Gruppe sowie im Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG sind Gewerkschaften vertreten. Sie bestimmen die Arbeitsbedingungen im Unternehmen mit. Aus diesen Gründen ist in der Telefónica Deutschland Gruppe keine ausgewiesene Politik zur Wahrung der „Koalitions- und Tarifverhandlungsfreiheit“ nötig.

### Diskriminierung verhindern

Mit unserer [Menschenrechtsrichtlinie](#) verpflichten wir uns zu einem fairen, respektvollen und diskriminierungsfreien Umgang als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Unserem Anspruch verleihen wir darüber hinaus durch die Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ Ausdruck. Die unterzeichnenden Unternehmen und Institutionen bekennen sich dazu, eine urteilsfreie Arbeitsumgebung zu schaffen. Alle Mitarbeiter:innen sollen Wertschätzung erfahren, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, Her-



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung (103-2; 103-3); Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); GRI 102-8; 102-41; 102-43; 401-2

**UNGC-Prinzipien** 3, 6



kunft, Religion oder Glauben, Beeinträchtigung, Alter, sexueller Orientierung oder Identität. Schirmherrin der Initiative war 2010 zum Start des gemeinnützigen Vereins „Charta der Vielfalt e. V.“ Angela Merkel. Zusätzlich haben wir die Verhaltensstandards der Vereinten Nationen gegen LGBTI-Diskriminierung unterzeichnet. Sie sind für uns handlungsleitend, wie wir im Juni 2021 auch durch die weithin sichtbare Beleuchtung des O<sub>2</sub> Towers in Regenbogenfarben bekräftigt haben (mehr dazu im [Kapitel „Transparenz und Dialog“](#)).

2021 hat die Telefónica Deutschland Gruppe zudem eine [Diversity & Inclusion Policy](#) verabschiedet, die nochmals bekräftigt, dass unser Arbeitsumfeld frei von Belästigung und Diskriminierung sein sowie Chancengleichheit bei Beschäftigung, beruflicher Einstufung und beruflicher Entwicklung gewahrt werden sollte. Das Managementteam fördert die Vielfalt von Wissen, Erfahrung, Geschlecht, Nationalität und anderen Aspekten auch in Führungspositionen.

Bei etwaigen Verstößen gegen unsere Geschäftsgrundsätze, z. B. durch Mobbing oder Belästigung, steht unseren Mitarbeiter:innen ein vertrauliches Hinweisgebersystem mit einem unabhängigen Ombudsmann oder der Human-Rights-Meldkanal zur Verfügung. Mehr zum Whistleblowing-Kanal, zu unseren Trainings für Mitarbeiter:innen zum ethischen Umgang miteinander und zu unseren Geschäftsgrundsätzen findet sich im [Kapitel „Compliance und ethische Prinzipien“](#). Die webbasierte Schulung zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) mit Fokus auf Vielfalt und Inklusion ist für alle Mitarbeiter:innen alle drei Jahre verpflichtend. Zum Ende des Jahres Berichtsjahres sind 94,9% der Mitarbeiter:innen in den letzten drei Jahren zum AGG geschult worden, dies umfasste insgesamt 5.003 Trainingsstunden<sup>1</sup>.

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

#### STRATEGISCHE PRIORITÄTEN **Hohe Flexibilität im Arbeitsalltag**

Mit unseren „5 Bold Moves“ haben wir 2020 unsere Arbeitsweisen der Zukunft definiert. 2021 ging es vor allem darum, die fünf Schlüsselinitiativen Schritt für Schritt zu verankern, beispielsweise durch spezifische Informationsveranstaltungen, Begleitmaterial und Coachings für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen.

Die fünf Schlüsselinitiativen tragen dazu bei, die Transformation unseres Unternehmens zu einer anpassungsfähigen und auch in Zukunft leistungs-

fähigen Organisation zu beschleunigen, und sind damit wichtiger Bestandteil unserer Personalstrategie. Die Schlüsselinitiativen umfassen:

- Working Anywhere – arbeiten, wo es am produktivsten ist
- Working Anytime – größtmögliche Zeitflexibilität
- Outcome-based Leadership – konsequenter Fokus auf Ergebnisse
- Digital by Default – virtuelle Meetings als neuer Standard
- 70% Less Travel – signifikant weniger interne Dienstreisen

Mit der verstärkt digitalen Arbeitsweise, die mit diesen Initiativen einhergeht, verbessern wir die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle mit beruflichen Erfordernissen, fördern die Inklusion und bieten u. a. auch neue Möglichkeiten für Frauen in Führungspositionen.

Angesichts der anhaltenden Pandemie versuchen wir, unseren Mitarbeiter:innen möglichst viel Flexibilität im Arbeitsalltag zu ermöglichen. Der Gesundheitsschutz steht dabei weiterhin an erster Stelle (mehr dazu im [Kapitel „Arbeitsbefähigung für die Zukunft“](#)).

Bereits zu Beginn der Pandemie hatten wir nahezu ein Drittel aller Beschäftigten mit IT-Equipment für die Arbeit zu Hause versorgt. Um auch allen anderen Mitarbeiter:innen im Homeoffice die Arbeit zu erleichtern, bieten wir ihnen seit April 2021 eine kostenfreie IT-Ausstattung und vergünstigte Büromöbel an.

Um den offenen Austausch im Unternehmen zu fördern, bestehen u. a. verschiedene Formate der Kommunikation zwischen Vorstand und Mitarbeiter:innen. Dazu zählen beispielsweise regelmäßige

<sup>1</sup> Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717).



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung (103-2; 103-3); Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); GRI 102-8; 102-41; 102-43; 401-2; 405-1

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

digitale Austauschmeetings mit den Führungskräften sowie ein 2021 neu geschaffenes digitales Format, in dem Mitarbeiter:innen die Möglichkeit haben, im direkten Austausch mit dem Chief Human Resources Officer (CHRO) Informationen zu für sie relevanten Neuerungen zu erhalten, Fragen zu stellen und Feedback zu geben.

Während des Telefónica Tower Talks im Januar 2021 gaben die beiden Vorstandsmitglieder Markus Haas und Nicole Gerhardt die Gewinner:innen des neuen People Awards bekannt. Der People Award ging an rund 700 Kolleg:innen aus fünf crossfunktional arbeitenden Teams, die im Vorjahr hervorragende Leistungen vollbracht hatten, etwa beim Rollout von 4G/5G oder in der COVID-19-Taskforce.

2021 hat sich die Führung der Telefónica Deutschland Gruppe in einem „Leaders Commitment“ zu den Grundpfeilern des hybriden Arbeitsmodells bekannt und damit den Mitarbeiter:innen größtmögliche Flexibilität in der zeitlichen und räumlichen Arbeitsgestaltung zugesichert. Vertrauen, Freiheit und Verantwortung machten den Kern der künftigen Zusammenarbeit aus, heißt es in dem Commitment. Wo es die Tätigkeit zulässt, haben alle Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten.

Die Verhandlungen mit den Arbeitnehmervertretungen, insbesondere zu den Themen mobile Arbeit und Flexibilisierung der Arbeitszeit, sind noch nicht abgeschlossen. Telefónica, S.A. und der europäische Betriebsrat haben bereits Grundsätze zur Erreichbarkeit im Homeoffice („Right to disconnect“) vereinbart.

## Ausgezeichnete Chancengleichheit

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 67 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. 2022 sind wir zum dritten Mal in Folge in den viel beachteten **Bloomberg Gender-Equality Index (GEI)**  aufgenommen worden.

Auch die Mitarbeiter:innen selbst zeigen sich sehr zufrieden: 94 % von ihnen (2020: 93 %) gaben bei der unternehmensweiten Befragung im Mai 2021 an, dass sie bei der Telefónica Deutschland Gruppe eine ausgeprägte Chancengleichheit erfahren. Das umfasst für uns auch den gleichberechtigten Zugang zu digitalen Kompetenzen – ein wichtiger Baustein für die Teilhabe an der Arbeitswelt von morgen. Deshalb haben wir 2021 die Digital Basics Learning Journey gestartet – mit Lerninhalten, die in jeden Arbeitsalltag passen (mehr dazu im **Kapitel „Arbeitsbefähigung für die Zukunft“**).

## Bessere Karriereperspektiven für Frauen

Auf neue Karriereperspektiven für Frauen im Bereich Digitalisierung zielt das „Women in Data“-Stipendium ab. Die Initiative von Telefónica Deutschland/O<sub>2</sub> und dem Wayra-Start-up StackFuel hat im Mai 2021 insgesamt 50 Stipendien für Frauen in Deutschland ausgelobt. Damit können sie eine Weiterbildung zur Data Analystin bei StackFuel absolvieren. Da noch zu wenige Frauen im Datenbereich arbeiten, wollen wir gerade sie mit dem Stipendium ermutigen, einen neuen, zukunftsrelevanten Karriereweg einzuschlagen und aktiv die digitale Transformation mitzugestalten. Mehr als 350 eingegangene Bewerbungen verdeutlichen das große Interesse an Initiativen wie dieser. Für die Telefónica Deutschland Gruppe ist die Initiative ein wichtiger Baustein, um Chancengleichheit in der Arbeitswelt von morgen zu schaffen.

Eine Plattform zur Vernetzung finden Mitarbeiter:innen unseres Unternehmens in der lebendigen internen Community „TelefónicaConnects“. Die Initiative inspiriert nicht nur durch regelmäßige Fachvorträge spannender Persönlichkeiten und Vorbilder, sondern erhöht auch die generelle Sichtbarkeit von Frauen im Unternehmen. 2021 waren bereits rund 320 Mitarbeiter:innen in dem Netzwerk aktiv und trugen dazu bei, die Geschlechtervielfalt in unserem Unternehmen zu fördern.

Für ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis braucht es auch auf den ersten Führungsebenen mehr Frauen: Wir haben uns das Ziel von 30 % Frauenanteil in Top-Führungspositionen bis 2022 (bis 2024 über 33 %) gesetzt, mit dem wir uns deutlich von den in der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche geltenden Zielwerten abheben. Mit der Steigerung des Anteils von 27,8 % im Jahr 2020 auf 28,8 % im Jahr 2021 (inkl. Vorstand) haben wir einen wesentlichen Fortschritt erzielt, unser Ziel jedoch knapp verfehlt.

Im Oktober 2021 hat unser Innovationslabor Wayra bei der zweiten Ausgabe seiner Veranstaltung „The Funding Cocktail“ u. a. den nach wie vor geringen Frauenanteil in der Start-up-Szene thematisiert. In ihrer Keynote sprach Gesa Miczaika, Geschäftsführerin von Auxxo und Vorstandsmitglied des Bundesverbands Deutsche Startups, über die verpassten Chancen, die der Mangel an Gründerinnen mit sich bringt. Während deutschlandweit laut Deutschem Startup Monitor 2021 nur knapp 18 % der Start-ups von Frauen (mit)geführt wurden, liegt der Anteil bei den von Wayra geförderten Gründungen mit fast 30 % Frauenbeteiligung deutlich höher.<sup>1</sup>

Wir sind zudem auf gesellschaftlicher Ebene in der Initiative „Chefsache“ aktiv, die sich mit hochkarätiger Unterstützung aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Politik für Chancengerechtigkeit von Frauen und Männern einsetzt. Darüber hinaus ist

<sup>1</sup> Quelle: <https://deutscherstartupmonitor.de/>



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

### Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

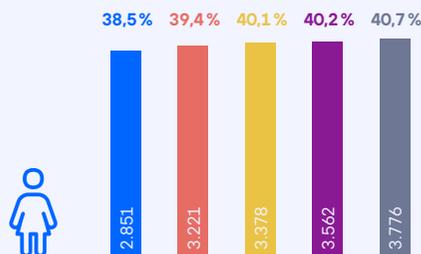
**GRI** Managementansätze: Beschäftigung (103-2; 103-3); Arbeitnehmer-Arbeitgeber-verhältnis (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3); GRI 102-41; 102-43; 405-1; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

## Vielfalt

### Frauen im gesamten Unternehmen

Anzahl und Prozent



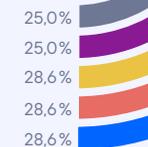
### Senior Management

1. Berichtsebene (inkl. Vorstand)



### Frauen im Vorstand

in %



### Nationalitäten der Mitarbeiter:innen

Anzahl



die Telefónica Deutschland Gruppe Beiratsmitglied in der Initiative #SheTransformsIT, die sich für mehr Präsenz von Frauen in der Digitalisierung engagiert.

Als Partner und Sponsor des Digital Female Leader Award (DFLA) wollen wir dazu beitragen, weibliche Vorbilder sichtbarer zu machen. Mit mehr als 2.000 Bewerberinnen ist er der wichtigste Preis für Frauen in der Digitalwirtschaft im deutschsprachigen Raum. Initiiert von Global Digital Women (GDW) stellt der DFLA Frauen in den Mittelpunkt, die die Digitalisierung mutig vorantreiben und die Branche mit ihrem Engagement prägen. 2021 wurde der Preis bereits zum vierten Mal verliehen, u. a. in der Kategorie Sustainability, die von der Telefónica Deutschland Gruppe als Partner unterstützt wird.

## Unternehmensweites Engagement

Gesellschaftliches Engagement gehört für uns untrennbar zu verantwortungsbewusstem Han-

deln 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 Mitarbeiter:innen deshalb Gelegenheit, sich in ihrem lokalen Umfeld sozial zu engagieren und einen wertvollen Beitrag für Gesellschaft und Umwelt zu leisten.

Mit speziellen Themenwochen orientierte sich das Volunteering-Programm der Telefónica Deutschland Gruppe 2021 an unserem Ziel: „Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für uns alle zu schaffen.“ So standen bei den Themenwochen der Zugang zu Digitalisierung und Nachhaltigkeit und die Verbindung zwischen Menschen im Zentrum. Im März 2021 ging es um zielgerichtete Hilfe in der Pandemie: Freiwillige haben in Zusammenarbeit mit der Stiftung „Digitale Chancen“ Senior:innen mit virtuellen Spielenachmittagen

ein paar unbeschwerte Stunden im anhaltenden Lockdown geschenkt. Bei der virtuellen Hausaufgabenbetreuung unseres Sozialpartners Die Arche e. V. unterstützten weitere Freiwillige Kinder und Jugendliche.

Bei der zweiten Themenwoche im Mai lag der Fokus auf dem Zugang zu Digitalisierung. Dabei konnten Freiwillige u. a. mithilfe eines digitalen Baukastens ältere Menschen dabei unterstützen, die digitale Welt besser kennen und verstehen zu lernen. Die Toolbox hatten Mitarbeiter:innen der Bereiche Corporate Responsibility und Customer Service gemeinsam mit der Stiftung „Digitale Chancen“ entwickelt (mehr über unsere Arbeit mit Senior:innen im [Kapitel „Digitaler Zugang“](#)).

Die letzte Themenwoche im September stand unter dem Motto „Better everyday for all“. Um den Alltag von anderen Menschen zu verbessern, arbeiteten Freiwillige u. a. an der Entwicklung einer Karte für rollstuhlgerechte Orte, unterstützten



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

### Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung (103-2; 103-3); Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis (103-2; 103-3); Vielfalt und Chancengleichheit (103-2; 103-3); Gleichbehandlung (103-2; 103-3); Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3); GRI 102-41; 102-43; 401-2; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

geflüchtete Menschen in Online-Sprachtreffs oder sortierten Lebensmittelspenden für die Tafeln. Im Berichtsjahr haben sich über 44 % der Mitarbeiter:innen als Freiwillige engagiert – viele von ihnen auch über die Themenwochen hinaus. Es gab beispielsweise Sonderhilfsaktionen für die Betroffenen der Flutkatastrophe in Deutschland.

Unternehmensweite Teamevents für einen guten Zweck stärkten auch 2021 die Mitarbeiterbindung, das Wir-Gefühl und unsere gemeinsam getragene gesellschaftliche Verantwortung. Bei unserer firmenweiten „Team UP Challenge“ lösten Teams aus bis zu zehn Teilnehmer:innen appbasiert verschiedene Aufgaben und sammelten Punkte für eine Spende an das soziale Projekt „Virtuelle Arche“. Die 20 Aufgaben waren den Bereichen Umwelt, Soziales und Digitales zugeordnet. So ging es beispielsweise darum, plastikfrei einzukaufen, kleine Geschäfte oder Künstler:innen in der Nähe zu unterstützen oder älteren Menschen aus dem privaten Umfeld digitale Themen näher zu bringen. Mit der Option, auch Familie oder Freunde einzubinden, konnten Teilnehmer:innen das „Team UP!“-Event somit als Ausgleich für den herausfordernden Pandemiealltag zwischen Beruf und privater Situation nutzen.

Mit unserem deutschlandweiten O<sub>2</sub> Telefónica Run im November begleiteten wir den Übergang in unsere hybride Arbeitskultur. Nach Monaten im Homeoffice sammelten mehr als 1.600 Mitarbeiter:innen in unserer gemeinsamen Laufwoche Schritte für den guten Zweck. Der Erlös in Höhe von 50.000 EUR ging an das Projekt „Tafel macht Zukunft – gemeinsam digital“, das die Lebensmittelrettung mithilfe digitaler Lösungen vereinfacht.

## Umfangreiche Zusatzleistungen

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist nicht tarifgebunden. Sämtliche mitbestimmungspflichtige Regelungen zu Vergütungssystemen und Arbeits-

bedingungen verhandeln wir direkt und vertrauensvoll mit unseren Betriebspartner:innen, um sicherzustellen, dass die Besonderheiten der Telekommunikationsbranche und die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen berücksichtigt werden können.

Als wichtigen Baustein unserer Arbeitgeberattraktivität sehen wir die umfassenden Zusatzleistungen, welche die Telefónica Deutschland Gruppe ihren Mitarbeiter:innen bietet. Dazu zählen in Abhängigkeit von der Konzerngesellschaft sowie der Mitarbeitergruppe Zuschüsse zur betrieblichen Altersvorsorge, Vergünstigungen im öffentlichen Nahverkehr, Versicherungsverträge, Essensgeldzuschüsse, Familienservice oder auch Mitarbeiterguthaben für unsere Produkte und Services.

Bei folgenden Leistungen unterscheiden wir nicht zwischen vollzeitbeschäftigten und teilzeitbeschäftigten Angestellten: Gruppenunfallversicherung (inkl. Erwerbsunfähigkeits- und Invaliditätsschutz), Gesundheitsvorsorge, Aktienbeteiligung, Essensgeldzuschuss, Nutzung von betrieblichen Einrichtungen wie der Kantine, Sportprogramm und vermögenswirksame Leistungen. Für unbefristet Beschäftigte besteht der Anspruch auf eine betriebliche Altersvorsorge. Die Personalaufwendungen lagen im Berichtsjahr bei 585 Mio. EUR (2020: 611 Mio. EUR).

Es gibt Leistungen, bei denen teilzeitbeschäftigte Mitarbeiter:innen den gleichen Betrag erhalten wie vollzeitbeschäftigte. Dazu gehören der Fahrtkostenzuschuss sowie Gesprächsguthaben für eigene Services. Die meisten Nebenleistungen werden Teilzeitkräften auf Basis ihres anteiligen Beschäftigungsgrads oder auf Basis des Teilzeitgehalts gewährt. Für Mitarbeiter:innen in Arbeitnehmerüberlassung gilt der Grundsatz der Gleichstellung gemäß § 8 des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes.

Über den Global Employee Share Plan (GESP) haben Mitarbeiter:innen aus allen Telefónica

Gesellschaften die Möglichkeit, das Mitarbeiterbeteiligungsprogramm der Telefónica, S.A. in Anspruch zu nehmen. Der letzte Aktiensparplan startete 2019 und hatte eine Laufzeit von zwei Jahren. Nach Ende der Halteperiode erhielten die Teilnehmer:innen für jeweils zwei gekaufte Aktien eine Aktie der Telefónica, S.A. kostenlos dazu. Im August 2021 wurden auf diesem Weg 166.312 Aktien kostenfrei 1.234 Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe zugeteilt.

Den Familienservice bieten wir allen Mitarbeiter:innen in Kooperation mit famPLUS an. Dazu gehört u. a. die Unterstützung berufstätiger Eltern bei der Organisation qualifizierter Kinderbetreuung. Auch die Backup-Betreuung zählt zu den Angeboten. Sie dient der Abfederung von Notfällen bei unvorhergesehenem Ausfall der Regelbetreuung. Anspruchsberechtigt sind alle festangestellten Beschäftigten mit bis zu fünf Tagen pro Kind und Kalenderjahr.

2021 haben wir die alljährlichen Kindertage zum ersten Mal virtuell durchgeführt. Gemeinsam mit famPLUS boten wir unseren Mitarbeiter:innen und ihrem Nachwuchs an drei Tagen im November das „Silicon Valley Kids“-Event. Sie konnten an einem kindgerechten Online-Escape-Room, Zauberunterricht und einem Quiz teilnehmen. Rund 150 Mitarbeiter:innen und ihre Kinder nahmen an den virtuellen Kindertagen teil.

Mitte 2021 ist das Angebot „Blue Bike Fahrradleasing“ gestartet: Mit einem geleasteten Fahrrad können Mitarbeiter:innen sich umweltschonend fortbewegen und gleichzeitig etwas für ihre Gesundheit tun. Die Telefónica Deutschland Gruppe hat zudem einen digitalen Prozess aufgesetzt, der die Bestellung der Bikes mit wenigen Klicks ermöglicht. Das Leasing erfolgt über eine Bruttogehaltsumwandlung.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

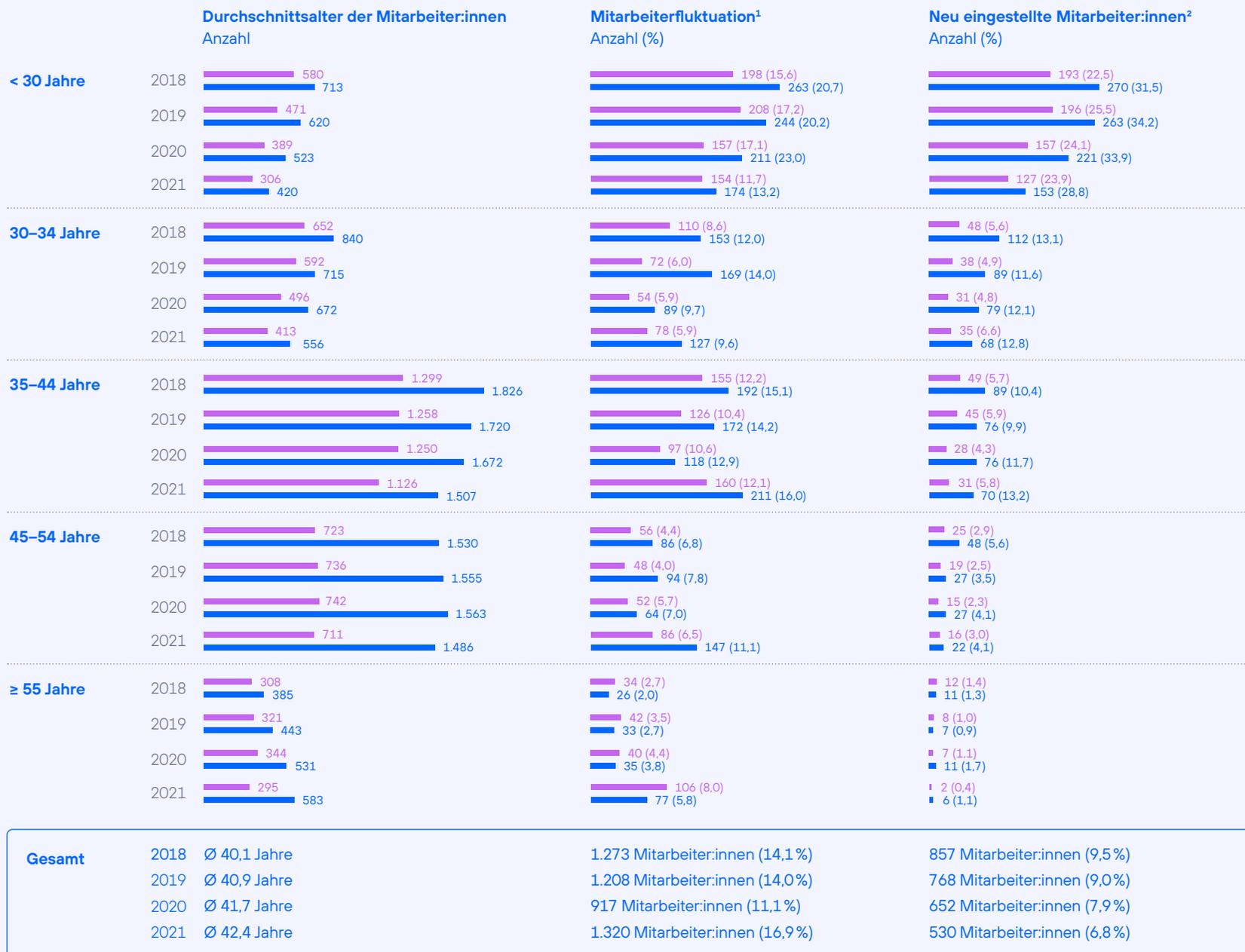
Daten und Fakten

GRI 102-8

UNGC-Prinzipien 3, 6

## Mitarbeiterkennzahlen

Frauen Männer



<sup>1</sup> Grundlage ist die Anzahl der Austritte im Zeitraum 31. Dezember 2020 bis 30. Dezember 2021/Mittelwert der PIP der fünf Stichtage 31. Dezember 2020, 31. März 2021, 30. Juni 2021, 30. August 2021, 31. Dezember 2021.

<sup>2</sup> Grundlage ist jeweils die Anzahl der Eintritte im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Arbeitsbefähigung für die Zukunft

## Commitment

Wir schaffen einen Rahmen, in dem Mitarbeiter:innen und Führungskräfte sich 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 Mitarbeiter:innen als verantwortungsvoller Arbeitgeber zu erhalten und zu fördern.

## Unsere Erfolge

2021 starteten wir ein Lernprogramm, um allen Mitarbeiter:innen grundlegende Digitalkompetenzen zu vermitteln. Die Mitglieder des Technology Teams lernten auf einer Learning Journey neue agile Methoden. Unser neues „Telefónica Digital Transformation Programme“ für junge berufserfahrene Talente ging 2021 ebenfalls an den Start. Unsere Initiative BEYOND fördert weiter die Bereitschaft zur internen Mobilität. Und mit „StayFit4you“ und „StayFit@home“ unterbreiten wir den Mitarbeiter:innen digitale Angebote, damit sie sich bewegen, gesund ernähren, Stress und Überbelastung abbauen und ihre Resilienz stärken können.

3.072

Mitarbeiter:innen haben an der Digital Basics Learning Journey teilgenommen

1. Platz

beim Corporate Health Award 2021 in der Informations- und Kommunikationstechnik-Branche

## Fokus-SDGs

Die Gesundheit und Sicherheit, das Wohlbefinden sowie die Entwicklung unserer Mitarbeiter:innen sind für uns elementar. Wir fördern Chancengleichheit in allen Bereichen. Ungleichheiten beseitigen wir auch durch Investitionen in digitale Kompetenzen, damit alle Mitarbeiter:innen gleichermaßen die Vorteile der Digitalisierung nutzen können.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte    ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen    ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Mitarbeiter:innen-Einbindung

Wir unterstützen all unsere Mitarbeiter:innen durch hochwertige Aus- und Weiterbildungsangebote im digitalen Wandel und stellen uns gemeinsam auf die digitale Transformation ein.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung  
(103-2; 103-3); Arbeitssicherheit und  
Gesundheitsschutz (103-2; 103-3);  
GRI 102-43; 401-1; 403-1; 403-3; 403-4;  
403-5; 403-6

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

# Arbeitsbefähigung für die Zukunft

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Gesundheit erhalten und Kompetenzen ausbauen

Wir wollen unseren Mitarbeiter:innen über Generationen, Karrierelevel, Arbeitsrealitäten und Lebensphasen hinweg hochwertige Aus- und Weiterbildungsangebote unterbreiten. Damit verfolgen wir das Ziel, uns gemeinsam auf die digitale Transformation einzustellen und die Chancen der Digitalisierung für alle nutzbar zu machen. Unser Fokus dabei liegt auf dem Auf- und Ausbau digitaler und datenzentrierter Kompetenzen sowie der Verankerung von interner Mobilität und Agilität im Unternehmen.

Angesichts der sich stetig verändernden Anforderungen der digitalen Welt sehen wir uns als Arbeitgeber gleichzeitig in der besonderen Verantwortung, für Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen zu sorgen. Vor diesem Hintergrund betreiben wir ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement, um die Gesunderhaltung unserer Mitarbeiter:innen zu fördern und arbeitsbedingte Erkrankungen sowie Arbeitsunfälle zu verhindern.

Die COVID-19-Pandemie stellt uns dabei vor besondere Herausforderungen, denn sie birgt vielfältige Gesundheitsrisiken für Arbeitnehmer:innen, die z. B. mit Ungewissheit und Stress oder der im Homeoffice schwerer umzusetzenden Balance zwischen Berufs- und Privatleben einhergehen. Im Umgang mit der Pandemie haben wir der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter:innen oberste Priorität gegeben. Ein großer Teil der Belegschaft arbeitete auch im Berichtsjahr aus dem Homeoffice virtuell zusammen. Unser Bestreben ist es, die Gesundheit aller Mitarbeiter:innen der

Telefónica Deutschland Gruppe mit umfassenden digitalen Programmen zu unterstützen – ob im Homeoffice oder an anderen Arbeitsplätzen.

Die digitale Arbeitswelt stellt mit veränderten Arbeitsweisen und hybriden Arbeitsmodellen nicht nur Mitarbeiter:innen vor neue Herausforderungen, sondern auch Führungskräfte. Damit wir gemeinsam die Transformation aktiv gestalten können, investiert die Telefónica Deutschland Gruppe gezielt in eine kontinuierliche, selbstgesteuerte Weiterentwicklung von Mitarbeiter:innen und Führungskräften, z. B. im Hinblick auf Eigenverantwortung, Ergebnisorientierung und Teamentwicklung.

Unterschiedliche Arbeitsrealitäten, etwa in den Zentralfunktionen, im Kundenservice oder in den Shops, erfordern ein durchdachtes Design von Lern- und Weiterbildungsoptionen, um die Angebote allen Mitarbeiter:innen gleichermaßen zugänglich zu machen. Im Pandemiejahr 2021 war dabei erneut herausfordernd, dass ein persönliches Zusammenkommen über längere Zeiträume nicht möglich war und viele Weiterbildungsangebote nur virtuell umgesetzt werden konnten. Digitale Formate wie interaktive virtuelle Live Sessions haben sich bei der Vermittlung wesentlicher Lerninhalte bewährt. Auf diese Weise konnten Mitarbeiter:innen beispielsweise Grundlagenkompetenzen zu zentralen Themenfeldern der Digitalisierung aufbauen.

Zudem ist es unser Ziel, hochqualifizierte neue Mitarbeiter:innen zu gewinnen. Mit verschiedenen Initiativen wollen wir insbesondere junge Talente für uns begeistern und ihre Entwicklung fördern. Damit sichern wir dem Unternehmen qualifizierte Nachwuchskräfte und sorgen für eine gute Balance zwischen den Generationen. Beides zusammen –

die berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter:innen sowie das Gewinnen neuer Talente – wird langfristig die Beschäftigungsfähigkeit der Belegschaft und die Zukunftsfähigkeit der Organisation stärken.

## PROZESSE UND STEUERUNG Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen im Fokus

Im Berichtsjahr haben wir zum ersten Mal eine Mitarbeiterbefragung zum Thema Weiterentwicklung in unterschiedlichen Lebensphasen durchgeführt, um unsere Angebote in Zukunft noch passgenauer ausrichten zu können. Mehr als 1.100 Mitarbeiter:innen nahmen teil. Die generelle Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln, ist über alle Generationen und Lebensphasen in der Belegschaft hoch. Etwa 50% können sich eine Jobrotation innerhalb des Unternehmens vorstellen, um andere Geschäftsbereiche kennenzulernen. Viele Mitarbeiter:innen wünschen sich aber auch mehr Entwicklungsmöglichkeiten, die ihre individuellen Bedürfnisse berücksichtigen, wie die Befragung zeigt. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die Erarbeitung neuer Weiterbildungsangebote. Für 2022 ist der Launch neuer Programme vorgesehen.

### Etablierung einer Feedback- und Lernkultur

Die Bedeutung der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen ist in den Geschäftsgrundsätzen („Berufliche Entwicklung“) verankert und in der Personalstrategie weiter ausgeführt. 89% der Mitarbeiter:innen haben mindestens einmal im Jahr ein Gespräch mit ihrer Führungskraft zur Entwicklung ihrer Fähigkeiten und Kenntnisse, 68% mindestens einmal in sechs Monaten. Unser Ziel ist eine wachstums- und lösungsorientierte



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung  
(103-2; 103-3); Arbeitssicherheit und  
Gesundheitsschutz (103-2; 103-3);  
GRI 102-43; 401-1; 403-1; 403-3; 403-4;  
403-5; 403-6

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

Feedbackkultur als Lernkultur, die Weiterentwicklung fördert und motivierend ist.

Die Themen Weiterbildung, lebenslanges Lernen und Sicherung der Beschäftigungsfähigkeit sind regelmäßig Gegenstand unserer Kollektivverhandlungen mit den Arbeitnehmervertretungen.

Mit verschiedenen Feedbackinitiativen, darunter ein Feedbackleitfaden, wird der Dialog zwischen Führungskraft und Mitarbeiter:in unterstützt. Die Empfehlung der Telefónica Deutschland Gruppe ist, dass Führungskraft und Mitarbeiter:in sich mindestens einmal im Quartal in einem Feedbackgespräch über Leistung und Entwicklung austauschen. Um in diesem Dialog mehr Struktur, einheitliche Regeln sowie Verbindlichkeit zu implementieren, hat die Telefónica Deutschland Gruppe im Berichtsjahr Verhandlungen mit dem zuständigen Betriebsratgremium über die Einführung eines Performance-Management-Prozesses aufgenommen.

## Ganzheitliche Gesundheitspolitik als Basis

Wir bauen 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 Mitarbeiter:innen 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“, welches für alle Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe gilt. Unser Handbuch 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. Ziel ist es, durch ein einheitliches, konsistentes und nachhaltiges Managementsystem die vom Vorstand festgelegten Ziele zur Gesundheitspolitik zu erreichen. Das Managementsystem gilt für alle Gesellschaften der Telefónica Deutschland Gruppe, deren Organe, Führungskräfte und Mitarbeiter:innen. Das Managementsystem und das Handbuch sind an den Zertifizierungsstandard DIN EN ISO 45001:2016 angelehnt. Basierend auf einem Health & Safety Annex, der die Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz für unsere Lieferant:innen, Dienstleister:innen und sonstige Vertragspartner regelt, werden einzuhaltende Standards definiert. Diese gelten auch für die Arbeitgeber unserer externen Beschäftigten, die keine Angestellten der Telefónica Deutschland Gruppe sind und deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz von der Telefónica Deutschland Gruppe kontrolliert werden. Gleiches gilt für die Lieferung von Produkten oder Dienstleistungen. Der Health & Safety Annex wird den jeweiligen Verträgen als Anlage beigelegt.

Im Berichtsjahr haben wir unser Kennzahlensystem zum Arbeits- und Gesundheitsschutz weiterentwickelt und in ein digitales Dashboard überführt. Damit bilden wir die Anforderungen besser ab, die sich infolge der Pandemie sowie mit der neuen Personalstrategie und den „5 Bold Moves“ für die Arbeitswelt der Mitarbeiter:innen ergeben. Das

Gesundheitsmanagement lässt sich so effizienter umsetzen und qualitativ verbessern.

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 zur aktuellen Entwicklung des Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagements an den Vorstand.

Für die Schaffung und Erhaltung sicherer und gesunder Arbeitsplätze führen wir entsprechend des Arbeitsschutzgesetzes physische und psychische Gefährdungsbeurteilungen durch und gehen dabei nach einer bundesweit einheitlichen Richtlinie vor. Die Beurteilungen umfassen alle mit der Arbeit verbundenen Unfallrisiken und Gesundheitsgefahren. Im Rahmen der Gefährdungsbeurteilungen werden mögliche Gefahren identifiziert und daraufhin entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Dies dient vor allem der Minimierung der Unfallrisiken und der Gesunderhaltung der Beschäftigten<sup>1</sup> in Büros, Shops und an Technikstandorten. Die Auswertung des Unfallgeschehens obliegt den Arbeitssicherheitsausschüssen in den jeweiligen Gesellschaften. Unser Gefahrstoffkataster ist Bestandteil der ISO-14001-Dokumentation und wird jährlich von externer Stelle im Rahmen der Überwachungsaudits eingesehen und geprüft<sup>2</sup>.

Wir führen zudem regelmäßig Arbeitssicherheits- und Gesundheitsaudits durch, so etwa die Überprüfung der Managementsysteme im Rahmen der Rezertifizierung nach den Normen [ISO 9001](#) .

<sup>1</sup> Externe Beschäftigte, die keine Angestellten der Telefónica Deutschland Gruppe sind, haben zudem – neben den Maßnahmen gem. Gefahrstoffkataster – auch unsere Anweisungen zum Umgang mit Gefahrstoffen zu berücksichtigen.

<sup>2</sup> Da sich keine besonders gefährlichen Stoffe darunter befinden (es handelt sich hierbei fast ausschließlich um Reinigungsmittel), welche nicht durch Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe, sondern durch fachlich unterwiesene Dienstleister:innen (Unterweisung im Umgang erfolgt ebenso durch diese) gelagert und dosiert werden, veröffentlichen wir diese Listen nicht.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung  
(103-2; 103-3); Arbeitssicherheit und  
Gesundheitsschutz (103-2; 103-3);  
GRI 102-43; 403-1; 403-3; 403-4; 403-5;  
403-6; 404-1; 404-2; 404-3

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

14001 🏠 sowie 50001 🏠. Beim externen Audit im Rahmen unserer Teilnahme am Corporate Health Award wurden wir zum vierten Mal in Folge seit 2018 mit dem „Exzellenz-Siegel“ ausgezeichnet. Zur weiteren Verbesserung des Sicherheitsbewusstseins unter unseren Mitarbeiter:innen 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 Arbeitnehmer:innen sowie weiteren internen Stakeholder:innen zusammensetzt. Als strategisches Gremium befasst es sich mit der Planung und Steuerung der Gesundheitsthemen und der Umsetzung der Gesundheitspolitik im gesamten Konzern. Der Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen und Gremien vertretenen Belegschaft beträgt 100% der Mitarbeiter:innen. Außerdem dient das Health Forum dem Informationsaustausch und als Impulsgeber sowie der Beratung. Vereinbarungen mit den Sozialpartnern (Betriebsrat) sind in formellen Betriebsvereinbarungen zu Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes schriftlich geregelt.

#### STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

### Digitales Know-how vermitteln und Resilienz trainieren

Mitte 2021 haben wir das Lernprogramm „Digital Basics Learning Journey“ gestartet, um allen Mitarbeiter:innen grundlegende Digitalkompetenzen zu vermitteln. Es besteht zum einen aus sieben interaktiven Modulen zu Themenfeldern, die in der digitalen Transformation immer mehr an Relevanz gewinnen – von datengetriebenem Arbeiten über die Grundlagen des Internet of Things bis hin zu Ethikfragen, die mit der Digitalisierung einher-

gehen. Zum anderen umfasst das Lernprogramm Zusammenfassungen und Aufzeichnungen, sodass die Inhalte jederzeit und passend zu jedem Arbeitsalltag genutzt werden können. Die gesamte Belegschaft soll so Zugang zu den Lerninhalten erhalten. Jede der Live Sessions hatte rund 1.000 Teilnehmer, weitere Mitarbeiter:innen schauten sich die Aufzeichnungen und Kurzzusammenfassungen an. Bis Jahresende 2021 erreichte das Programm 3.072 Mitarbeiter:innen.

Die Telefónica Deutschland Gruppe setzt im Rahmen der Initiative BEYOND seit 2020 eine auf künstlicher Intelligenz basierende Plattform ein, die Mitarbeiter:innen auf Basis ihres Kompetenzprofils passende Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen aufzeigt. Diese können z. B. offene Stellen, Jobrotationen oder Projekteinsätze umfassen. Damit ermutigen wir unsere Mitarbeiter:innen, sich immer wieder auf Perspektivenwechsel einzulassen und durch dauerhafte Rollenveränderungen an neuen Aufgaben zu wachsen. Die Initiative fördert die Bereitschaft zur internen Mobilität: Im Berichtsjahr konnten wir über 50% (2020: über 43%) der Stellen intern besetzen und es gab 79 Jobrotationen, obwohl die Plattform bislang nur in der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG verfügbar ist. BEYOND integriert darüber hinaus längerfristige „Learning Journeys“ zu ausgewählten, strategisch relevanten Zukunftskompetenzen. 2021 haben wir die Learning Journey „Data Analytics & Science“ mit zusätzlichen Trainingsangeboten ausgestattet.

Im Berichtsjahr haben wir eine sogenannte Agile Learning Journey im Technology Team gestartet, um bestehende Kompetenzen der Mitarbeiter:innen zu vertiefen und ihnen neue agile Fähigkeiten zu vermitteln. Agile Arbeitsweisen sollen uns dabei helfen, kundenorientierte Ergebnisse zu erzielen, uns besser auf die sich ändernden Marktanforderungen einzustellen und eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung zu etablieren. Lernformate auf drei unterschiedlichen Pfaden gehören zu dem

Programm: Es gibt Selbstlernformate, Vertiefungsformate und Expertenformate. Zu letzterem Pfad gehören zertifizierte Weiterentwicklungen etwa zum Scrum Master oder Product Owner. Für 2022 ist ein Roll-out der Agile Learning Journey in anderen Geschäftsbereichen geplant.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr das „Women in Data“-Stipendium ausgelobt, um die Weiterbildung in digitalen Zukunftskompetenzen auch über die Bereichsgrenzen hinaus zu fördern (mehr dazu im [Kapitel „Gestaltung des Arbeitsumfelds“](#)).

### Führungskräfte stärken und Nachwuchstalente fördern

Mit den Leadership Journeys investieren wir gezielt in unsere Führungskräfte, um sie in ihrer Rolle als Treiber:in für Veränderung, Leistungsfähigkeit und Engagement zu stärken und auch ihnen kontinuierliche Weiterentwicklung zu ermöglichen. Zu den weiteren unterstützenden Maßnahmen für Führungskräfte zählten auch im Jahr 2021 individuelle Coachings und Team-Workshops mit Begleitung durch professionelle Trainer:innen. Ein konkretes Coaching-Angebot umfasste hierbei Einzeltrainings für eine gute Gesprächsführung sowie die Sensibilisierung und Begleitung bei Ein- und Austritten von Mitarbeiter:innen.

Erstmals seit Beginn der Pandemie fand im Oktober 2021 wieder ein persönliches Zusammentreffen der Führungskräfte statt: Im Rahmen des dreitägigen „Senior Leadership Offsite“ unter Beteiligung des Vorstands stand die Weiterentwicklung der Teilnehmer:innen im Fokus. Dabei unterstützten eine externe Personalberatung, eine auf „Purpose“ spezialisierte Beratung sowie externe Redner:innen und Coaches.

2021 haben wir zudem gemeinsam mit einer externen Beratung Entwicklungs-Audits für alle



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

**Mitarbeiter:innen**

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Beschäftigung  
(103-2; 103-3); Arbeitssicherheit und  
Gesundheitsschutz (103-2; 103-3);  
GRI 102-43; 403-1; 403-3; 403-4; 403-5;  
403-6; 404-1; 404-2; 404-3

**UNGC-Prinzipien** 3, 6

Vorstandsmitglieder sowie Senior-Leadership-Teammitglieder durchgeführt. Ziel der Entwicklungs-Audits war es, objektives Feedback, auch mit Blick auf den Markt, zur Verfügung zu stellen und individualisierte Entwicklungspläne zu erarbeiten. Im September 2021 starteten zudem die Audits für alle Mitglieder des Extended Leadership Teams. Sie werden 2022 fortgesetzt.

Anfang 2021 ist unser neues „Telefónica Digital Transformation Programme“ mit jungen berufserfahrenen Talenten gestartet. Ausgerichtet ist das Programm auf Kompetenzen im Bereich „Data“, „Technology“ oder „Commercial“. Diese Qualifikationsprofile sind für unser Unternehmen strategisch und bereichsübergreifend von großer Bedeutung. Zu den Stationen der Young Professionals zählen Projekteinsätze und Jobrotationen in unterschiedlichen Geschäftsbereichen sowie bei unserem Innovationslabor Wayra. Als Mentor:in steht ihnen eine Person auf Vorstands- bzw. Direktorebene zur Seite. Chief Executive Officer Markus Haas und Chief Human Resources Officer Nicole Gerhardt übernehmen persönlich die Rolle als Sponsor:innen des Programms.

Unser Angebot für Auszubildende und duale Student:innen haben wir weiter ausgebaut. 2021 konnten wir 49 Neuzugänge verzeichnen. Darüber hinaus bieten wir auch für Praktikant:innen und Werkstudent:innen die Chance, ihren späteren Berufseinstieg mittels erster Einblicke ins Unternehmensumfeld erfolgreich zu gestalten. Im Jahr 2021 konnten wir bei den Auszubildenden eine Übernahmequote von 71 % erzielen. Der Rückgang zum Vorjahr liegt darin begründet, dass viele Auszubildende trotz Übernahmezusage andere Optionen gewählt und sich z. B. für ein Studium entschieden haben. Wir streben eine Steigerung der Übernahmequote für Auszubildende auf 90 % im Jahr 2022 an.

## Gesundheitliche Fürsorge unter Pandemiebedingungen

Angesichts der anhaltenden COVID-19-Pandemie haben wir der gesundheitlichen Fürsorge unserer Mitarbeiter:innen auch 2021 eine besondere Bedeutung zugemessen und im Rahmen unseres Gesundheitsmanagements erneut vielfältige Maßnahmen ergriffen, um angemessen mit dieser Herausforderung umzugehen. Die von uns erarbeiteten Infektionsschutzpläne hatten weiterhin Bestand. Außerdem führten wir Assessments zur Überprüfung der Einhaltung dieser Schutzmaßnahmen durch. Um unsere Mitarbeiter:innen vor den negativen Folgen einer COVID-19-Infektion zu schützen und die Ausbreitung des Virus einzudämmen, boten wir im Sommer 2021 Impfungen an unseren Standorten an.

Im Rahmen einer Gefährdungsbeurteilung befragten wir von Frühjahr bis Frühsommer 2021 unsere Mitarbeiter:innen zum Thema „Psychische Belastung durch COVID-19“. Führungskräfte boten wir im Mai 2021 in einer Befragung um ihre Einschätzung, welchen Bedarf an zusätzlichen gesundheitsfördernden Maßnahmen sie in ihren Teams sehen und bei welchen Angeboten sie sich eine Ausweitung wünschen. Am häufigsten wurden die Themen „Work-Life-Balance“ sowie „Stress und Resilienz“ genannt – sowohl beim identifizierten Bedarf als auch beim Wunsch nach einem Ausbau des Angebots.

Mit den digitalen Programmen „StayFit4you“ und „StayFit@home“ unterbreiteten wir den Mitarbeiter:innen im Jahr 2021 vielfältige Angebote, damit sie sich bewegen, gesund ernähren, Stress und Überbelastung abbauen und ihre Resilienz stärken konnten. Der besondere Fokus lag auf der Gesunderhaltung im Homeoffice. Die Online-Angebote in Form von Impulsvorträgen, „Deep Dive Workshops“, Betroffeneninterviews und Fitness-Specials wurden größtenteils aufgezeichnet, sodass die Inhalte un-

abhängig von Ort und Zeit für alle Mitarbeiter:innen über eine Online-Mediathek abrufbar sind. Bei unserer B2Mission im Juni 2021 stellten sich 397 Mitarbeiter:innen laufend, walkend, wandernd oder radelnd der sportlichen Herausforderung und sammelten vier Wochen lang Punkte für unser Telefónica Team. Mit 72.113 zurückgelegten Kilometern belegten wir den zweiten Platz.

Im Rahmen einer im Berichtsjahr gestarteten Gesundheitskampagne boten wir den Führungskräften der Telefónica Deutschland Gruppe ein innovatives Mentaltraining an, um ihre psychische Gesundheit zu stärken. In einem zweiten Schritt werden die Führungskräfte das Programm 2022 in adaptierter Form in ihre Teams tragen können.

Mit digitalen Lösungen etwa für Unterweisungen, Schulungen und Betriebsmedizin konnten wir die Reichweite unserer gesundheitsfördernden Angebote enorm steigern. Zu den Hilfestellungen gehörten in puncto Work-Life-Balance virtuelle Beratungsangebote für die Bereiche Lebenslagen-Coaching sowie Kinder- und Seniorenbetreuung.

Im Dezember 2021 wurden wir für unsere herausragenden Leistungen im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements mit dem Corporate Health Award ausgezeichnet. Wir erzielten den ersten Platz in der Informations- und Kommunikationstechnikbranche. Die Auszeichnung basiert neben einer Selbstauskunft des Unternehmens und der Auswahl durch eine Expertenjury auf dem Corporate Health Audit – einer Statusanalyse des betrieblichen Gesundheitsmanagements beim Bewerber vor Ort. Ein hochrangiger Expertenbeirat sichtet und analysiert die Ergebnisse der Audits und wählt nach eingehender Prüfung die besten Unternehmen in 15 Kategorien aus. Beworben um Deutschlands bedeutendsten Preis für betriebliches Gesundheitsmanagement hatten sich insgesamt 354 Unternehmen, Behörden und Institutionen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

**Klima und Umwelt**

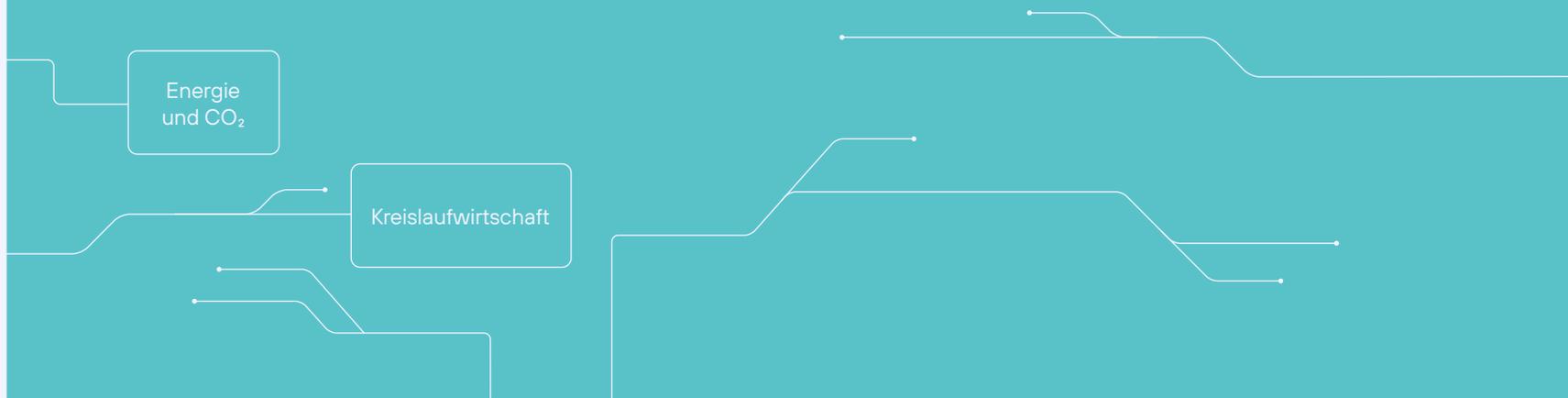
Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Energieeffizienz und Ressourceneinsatz optimieren



## Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025 (Scope 1 und 2)



### Mission 2025

Wir bieten das grünste Netz für unsere Kund:innen.

100% 

unseres Stroms stammt aus erneuerbaren Energien

100% 

Eco-Rating-geprüfte Mobiltelefone der Hersteller, die sich der Initiative angeschlossen haben



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

**Klima und Umwelt**

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Energie und CO<sub>2</sub>

## Commitment

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung in allen Bereichen, um Energieverbrauch zu reduzieren und CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu vermeiden.

## Unsere Erfolge

Den CO<sub>2</sub>-Ausstoß unseres Unternehmens konnten wir im Jahr 2021 um 77 % reduzieren. Emittierten wir 2020 noch 26.720 t, waren es 2021 nur noch 6.266 t CO<sub>2</sub>. Diesen Erfolg erzielten wir vor allem mit einem Komplettumstieg auf Strom aus erneuerbaren Quellen. Den Energieverbrauch pro Datenvolumen konnten wir gegenüber dem Vergleichsjahr 2015 um 78 % senken. 2020 lag der Wert noch bei 71 %. Insgesamt verfügten Ende 2021 rund 17.600 Standorte über Smart Meter. Dank Echtzeitdaten kann dort nun der Energieverbrauch besser gemanagt werden.

97%

CO<sub>2</sub>-Reduktion gegenüber  
Bezugsjahr 2015 (Scope 1 und 2)

78%

weniger Energieverbrauch pro  
Datenvolumen gegenüber 2015

## Fokus-SDGs

Mit der Weiterentwicklung unseres Mobilfunknetzes – betrieben durch erneuerbare Energien – tragen wir zum Ausbau einer zukunftsfähigen Energieversorgung bei. Wir entwickeln Lösungen, die Energieverbrauch und Ressourceneinsatz optimieren, Emissionen verringern und sichere Mobilität ermöglichen. Damit leisten wir einen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen.



## UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Klima- und Ressourcenschutz

Wir investieren in energieeffiziente Technik, nutzen erneuerbare Energien, fördern eine schadstoffarme Mobilität und bieten unseren Kund:innen zunehmend nachhaltige Produkte und Dienstleistungen an.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 302-1; 303-3; 302-4; 302-5

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

# Klares Engagement für Energie und CO<sub>2</sub>-Reduktion

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Digitalisierung als Chance für den Klimaschutz

Digitale Technologien können einer [Bitkom-Studie](#)<sup>1</sup> zufolge bei einer beschleunigten Digitalisierung den CO<sub>2</sub>-Ausstoß in Deutschland um ein Fünftel verringern und so zum Erreichen der nationalen Klimaziele beitragen. Dies ist ein Potenzial, das es insbesondere in den Bereichen Energieinfrastruktur, Mobilität, Industrie und Landwirtschaft zu heben gilt. Die Telekommunikationsbranche kann dabei eine wesentliche Rolle in der Bekämpfung des Klimawandels und für die Dekarbonisierung der Wirtschaft spielen. Der Energiesektor beispielsweise kann die Energiewende ohne Digitalisierung nicht bewältigen. Stromnetzbetreiber und Energieversorger müssen immer mehr dezentrale Quellen für erneuerbare Energien überwachen und Stromflüsse steuern. Erst durch die Verbindung mit Telekommunikationsleistungen werden die entsprechenden Stromnetze zu Smart Grids, mit denen sich Stromerzeugung und -verbrauch effizient steuern lassen.

Allerdings benötigt der Anstieg der über die Netze gesendeten Daten als Teil der fortschreitenden Digitalisierung zusätzlichen Strom und beeinflusst so wiederum Umwelt und Klima. Bei der Telefónica Deutschland Gruppe macht im Berichtsjahr die Netzwerktechnik mit rund 97 % den größten Anteil am Stromverbrauch aus. 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 Sustainable Development Goals (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. Daher ergreift die Branche vielfältige Maßnahmen, 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 und dafür 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. 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.

Bei der Telefónica, S.A. Group ist der Umgang mit dem Klimawandel bereits in den Bereichen Unternehmensführung, Strategie, Risiken und Ziele integriert. Schon heute stammen 79,4 % des Stroms, den der Telefónica Konzern weltweit einsetzt, aus erneuerbaren Quellen, in Deutschland sind es bereits 100 %. Die Telefónica, S.A. Group strebt bis 2025 in den vier Hauptmärkten Spanien, Großbritannien, Deutschland und Brasilien Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen<sup>2</sup> an. Brasilien konnte diese Zielmarke bereits 2020 erreichen. Die Telefónica,

S.A. Group legt ihre Umwelt- und Klimadaten jährlich im Report des Carbon Disclosure Project (CDP) offen und erhielt von der Organisation im Berichtsjahr für ihre Leistungen erneut und im achten Jahr in Folge die Bestnote A. Bestandteil der Prüfung ist u. a. die Transparenz bei der Reduzierung von Emissionen und die Minderung von Klimarisiken.

Klimaschutz bewerten wir in der Telefónica Deutschland Gruppe angesichts unserer Auswirkungen auf Umwelt und Klima und der Geschäftsrelevanz 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 Kund:innen 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.

<sup>1</sup> Bitkom-Studie „Klimaeffekte der Digitalisierung“, März 2021.

<sup>2</sup> Wir nutzen den Begriff Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen, da CO<sub>2</sub> im Fokus unserer Reduktion steht. Trotzdem beziehen wir neben Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) auch die anderen Treibhausgase Methan (CH<sub>4</sub>) und Lachgas (N<sub>2</sub>O) sowie die klimarelevanten Kältegas (F-Gase) in unsere Berechnung ein und verwenden dafür CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Eine detaillierte Beschreibung unserer Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen ist [hier](#) zu finden.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

### Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 302-1; 303-3; 302-4; 302-5; 305-1; 305-2; 305-3; 305-5

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

## Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen<sup>1</sup> bis 2025 angestrebt

Die Übernahme von Verantwortung für die Umwelt ist ein Grundverständnis der Telefónica Deutschland Gruppe. Sie bildet den Kern unserer Klimastrategie, mit der wir uns eng an die konzernweite Verpflichtung anlehnen: Wir haben uns das Ziel „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025“ gesetzt. Das bedeutet für uns konkret, dass wir spätestens ab diesem Zeitpunkt keine unternehmenseigenen Treibhausgas-(THG)-Emissionen mehr verursachen werden. Hierbei berücksichtigen wir neben Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) auch die beiden Treibhausgase Methan (CH<sub>4</sub>) und Lachgas (N<sub>2</sub>O) und die klimarelevanten Kühltgase (F-Gase). Darüber hinaus werden wir nichtvermeidbare Emissionen neutralisieren und in zertifizierte Klimaschutzprojekte mit hohen ökologischen und sozialen Standards („nature-based solutions“) investieren.

Unser Ziel „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025“ bezieht sich auf die Emissionen in Scope 1 und 2 sowie die Emissionen aus unserer Reisetätigkeit. Bis 2040 will die Telefónica Deutschland Gruppe die THG-Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 3) auf Netto-Null senken. 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 hier eine Reduktion von 39 % des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes bis 2025 (Basisjahr: 2015) vor. Wir folgen damit den Erkenntnissen und Empfehlungen anerkannter internationaler Institutionen wie dem Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) und der Science Based Targets Initiative (SBTi), nach deren Kriterien wir unsere Klimastrategie entwickelt haben.

Zur Erreichung von Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025 gehen wir folgende konkrete Maßnahmen an, die jährlich festgelegt und mit Zwischenzielen untermauert werden:

- Wir steigern die Effizienz des Netzes durch Senkung des Energieverbrauchs pro Datenvolumen (GWh/PB) um 87 % bis 2025 im Vergleich zu 2015.
- Wir streben eine höhere Qualität im Grünstrombezug durch Power Purchase Agreements und selbsterzeugten Strom an, um den Ausbau von erneuerbaren Energien zu fördern.
- Der Gesamtstromverbrauch wird bereits heute mit 100 % Grünstrom gedeckt.
- Wir nutzen Gebäudetechnik auf IoT-Basis in unseren Rechenzentren für Verbrauchsprognosen und Energiebilanz-Optimierungen.

- Der Einbau von digitalen Stromzählern (Smart Meter) an unseren Antennenstandorten erleichtert eine Optimierung des Energieverbrauchs.
- Die Förderung virtueller Arbeit in unserem Unternehmen reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen, weil die Mitarbeiter:innen seltener ins Büro pendeln und geschäftlich verreisen.
- Nichtvermeidbare Emissionen werden seit 2021 sukzessive durch hochwertige CO<sub>2</sub>-Reduktionsprojekte neutralisiert, vorzugsweise durch Projekte, die der Atmosphäre CO<sub>2</sub> entziehen.

Die Telefónica Deutschland Gruppe hat 2021 6.266 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen nach marktbasierter Methode verursacht<sup>2</sup> (2020: 26.720 Tonnen). Dieser Rückgang ergibt sich vor allem aus dem inzwischen 100-prozentigen Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energiequellen auch dort, wo wir indirekt Strom beziehen. Die direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scopes 1, 2 und 3) sind in der [Kennzahlentabelle](#) zu finden.

Mit der Erweiterung unseres Netzes um die 5G-Technologie und dem damit verbundenen Plus an Netzabdeckung, Datenvolumen und Geschwindigkeit erwarten wir eine deutliche Erhöhung des Gesamtenergieverbrauchs. Das stellt uns vor große Herausforderungen. Zur Energieeffizienz trägt jedoch bei, dass das 5G-Netz effizienter arbeitet als die Vorgängertechnologien. Mit der von uns gewählten Kenngröße „Energieverbrauch pro Datenvolumen (GWh/PB)“ können wir 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, also immer weniger Strom pro Byte zu verbrauchen.

### Unser Ziel „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen“

	Einheit	Ziele 2025	2021
CO <sub>2</sub> -Reduktion <sup>1</sup>	%	95	97
Energieeffizienz <sup>2</sup>	%	87 <sup>3</sup>	78

<sup>1</sup> Scope 1 und 2, Bezugsjahr 2015 (marktbasierter Methode)

<sup>2</sup> Energiedaten, Bezugsjahr 2015

<sup>3</sup> Das Ziel wurde 2021 von 82 % auf 87 % angehoben.

<sup>1</sup> Wir nutzen den Begriff Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen, da CO<sub>2</sub> im Fokus unserer Reduktion steht. Trotzdem beziehen wir, neben Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) auch die anderen Treibhausgase (Methan (CH<sub>4</sub>), Lachgas (N<sub>2</sub>O) und klimarelevanten Kühltgase (F-Gase)) in unsere Berechnung ein und verwenden dafür CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Eine detaillierte Beschreibung unserer Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen ist [hier](#) zu finden.

<sup>2</sup> Für die CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) bedeutet dies nach gleicher Methode eine Reduzierung um 97 % auf 5.950 Tonnen gegenüber dem Bezugsjahr 2015 mit 175.300 Tonnen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

**Klima und Umwelt**

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 302-1

UNGC-Prinzipien 7, 8, 9

**Unser Ziel: Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025**

Ein Auszug unserer Maßnahmen





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 102-48; 201-2

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

Damit streben wir eine Vorreiterrolle für Nachhaltigkeit in der deutschen Telekommunikationsbranche an. Unseren Kund:innen wollen wir so in Zukunft das „grünste“ Netz bieten.

### Klimaschutz ist relevant für Unternehmenserfolg

Mit unserem Ziel der „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis spätestens 2025“ wollen wir nicht nur unsere Umweltbilanz verbessern, sondern auch nachhaltig wirtschaften und unsere Wettbewerbsfähigkeit sichern. Wir möchten auf diese Weise eine wirksame Risikoprävention, eine starke Reputation und Markenwahrnehmung sowie hohe Bewertungen des Unternehmens in Finanzmarkt ratings erreichen. Der Klimawandel und damit einhergehende Änderungen der klimatischen Bedingungen wie eine mögliche Häufung von Extremwetterereignissen bergen auch konkrete Risiken für unsere Mobilfunkinfrastruktur: Das Hochwasser 2021 im Westen Deutschlands hat zu Stromausfällen geführt, auch einige unserer Anlagen waren betroffen. Wir konnten sie mit Notstromaggregaten schnell wieder in Betrieb nehmen. Für alle Mobilfunknetze in Deutschland gibt es für Stromausfälle und andere Katastrophenszenarien ein präventives und ein reaktives Notfallmanagement, um die Mobilfunk-Grundversorgung aufrecht zu erhalten. 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.

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.

Die Risiken und Chancen, die die Auswirkungen des Klimawandels auch für unser Geschäftsmodell hervorbringen, wollen wir in unseren Planungen berücksichtigen. Daher werden wir die Empfehlungen der TCFD sukzessive umsetzen, um eine klimabezogene Resilienz in die Unternehmensstrategie zu integrieren.

### 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 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 Mitarbeiter:innen eine onlinebasierte Energie- und Umweltschulung an. Unser Ziel der Verbesserung der Umwelleistung unseres Unternehmens sowie unserer Produkte und Dienstleistungen wollen wir vor allem durch

eine systematische Performancebewertung anhand der definierten Ziele aus dem Responsible Business Plan 2025 erreichen.

Wir haben außerdem eine eigene Energie-richtlinie 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 Zusammenarbeit mit dem Qualitätsmanagementbeauftragten direkt an den Chief Executive Officer. Klima- und Umweltstrategien werden in den jeweils betreffenden Vorstandsbereichen Technology, Finance sowie Legal & Corporate Affairs erarbeitet und vom Vorstand gesamthaft beschlossen.

Die relevanten Fachbereiche der Telefónica Deutschland Gruppe berichten quartalsweise ihre klimabezogenen Themen inklusive klimabedingten Risiken an das allgemeine Risikomanagement. Das Unternehmen integriert damit diese Risiken und nimmt im Hinblick auf potenzielle Risiken aus nichtfinanziellen 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.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 102-48; 201-2

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

Ergänzend berichten wir im Rahmen des gruppenweiten Risikomanagements zu klimabezogenen Risiken auch an die Telefónica, S.A. Group.

### STRATEGISCHE PRIORITÄTEN Risiken und Chancen des Klimawandels bewerten

Wir stellen Energieeffizienz und CO<sub>2</sub>-Reduzierung in den Mittelpunkt unserer Klimastrategie und wollen damit einen Beitrag zur nachhaltigen Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft leisten. Entsprechend den TCFD-Empfehlungen haben wir im Berichtsjahr eine Szenarioanalyse für die Telefónica Deutschland Gruppe gestartet, um den Grundstein für eine eigene Berichterstattung nach TCFD-Kriterien zu legen, ein strategisches Konzept für die Resilienz der Unternehmensprozesse und des Geschäftsmodells zu schaffen und das Risikomanagement zu integrieren. Zu unserer Szenarioanalyse gehört die Abschätzung der Reichweite von physischen Risiken sowie die Betrachtung von Transitionsrisiken. Bei den physischen Risiken werden 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 CO<sub>2</sub>-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).

Über ein globales Risikomanagementmodell analysiert die Telefónica, S.A. Group die potenziellen Risiken und Chancen, die sich aus den prognostizierten Klimaauswirkungen ergeben. 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“.

Neben den berichteten Risiken erkennen wir Chancen sowohl für unser internes Energiemanagement als auch für das Unternehmenswachstum 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.

### Energieeffizienz verbessern und CO<sub>2</sub>-Emissionen senken

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.

2021 belief sich der Energieverbrauch pro Datenvolumen auf 0,09 GWh/PB. Damit konnten wir den Verbrauch gegenüber dem Vergleichsjahr 2015 um 78 % reduzieren. Im Vorjahr lag der Wert noch bei 71 %. Um das Ambitionslevel aufrechtzuerhalten, haben wir unser Energieeffizienzziel für das Jahr 2025 im Berichtsjahr von 82 % auf 87 % angehoben.

2021 haben wir einen historisch niedrigen Wert für Scope-1- und Scope-2-Emissionen erreicht, welcher bedingt durch COVID-19 deutlich unter den Vorhersagen liegt. Nach Beendigung der Pandemiemaßnahmen erwarten wir durch die Wiederbelebung der Geschäftstätigkeit einen leichten Anstieg bei den Scope-1-Emissionen.

Im Grünstrombezug erreichen wir seit 2021 100 % an allen Standorten, auch an denen, die gemeinschaftlich mit anderen genutzt werden. Dies bedeutet, dass kaum Potenzial besteht, Scope-2-Emissionen weiter zu senken. Um dennoch positive Effekte zu generieren, werden wir spätestens ab 2024 einen Teil unseres Stromes durch PPAs (Power Purchase Agreements) beziehen. Eine Ausschreibung hierzu läuft bereits. In einem Pilotprojekt testen wir derzeit den Einsatz von Photovoltaikanlagen an ausgewählten Antennenstandorten, um einen eigenen Beitrag zur erneuerbaren Energieerzeugung zu leisten. Inzwischen sind erste Anlagen im Testbetrieb.

Wir konnten das 3G-Netzwerk deutlich früher abschalten als in der Klimastrategie geplant. Damit ging ein energieintensiver Teil unserer alten Technik vom Netz. Zentral für die Steigerung der Stromeffizienz waren der mit der 3G-Abschaltung einhergehende 5G- und 4G-Ausbau sowie Modernisierungen in Rechenzentren. 5G verbraucht bis zu 90 % weniger Strom<sup>1</sup> pro Datenvolumen als die Vorgängergenerationen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

**Klima und Umwelt**

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 102-48; 201-2

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

**Chancen und Risiken des Klimawandels**

**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 Stakeholder:innen (Investor:innen, Analyst:innen, Kund:innen 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 CO<sub>2</sub>-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.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 302-1; 303-3; 302-4; 302-5

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

Bis Anfang Dezember 2021 wurden über 17.000 3G-Standorte final abgeschaltet. Gleichzeitig baut das Unternehmen neben 4G auch 5G schnell aus und konnte auf diese Weise bis Ende des Berichtsjahres rund 30% der Bevölkerung mit 5G versorgen. Ende 2022 sollen es über 50% und 2025 ganz Deutschland sein. Auch stetige Modernisierungen, Softwareupdates, der Einsatz von Smart Metern im O<sub>2</sub> Netz und die neue „All in one“-Mobilfunkantenne, die alle Frequenzbänder und Mobilfunkstandards unterstützt, verbessern die Stromeffizienz (siehe Kapitel „Netzqualität und -abdeckung“).

Auch im Bereich der Virtualisierung von Rechenzentren sehen wir großes Potenzial, da die Effizienz von Rechenzentren u. a. mit ihrer Auslastung und den Möglichkeiten der Abwärmenutzung zusammenhängt. Durch die stärkere Nutzung von Cloud-Services und den damit verbundenen Wechsel zu externen Anbietern geschieht in diesem Bereich eine Verschiebung von Scope-2- zu Scope-3-Emissionen. Wir haben uns das klare Ziel gesetzt, ausschließlich mit effizienten Cloud-Anbietern zusammenzuarbeiten, die mindestens grünen Strom einsetzen, um unsere Emissionen nicht etwa auf diesem Weg zu erhöhen. Hierfür werden wir 2022 konkrete Kriterien erarbeiten. Darüber hinaus ergeben sich aber auch Vorteile für uns in der Skalierbarkeit und in der ressourcenschonenden Nutzung von Rechenkapazität durch den Umzug in die Cloud.

Scope-3-Emissionen haben für uns ebenfalls eine Bedeutung. So berichten wir seit vielen Jahren die Emissionen von Scope 3.6 (Reisetätigkeiten) und beziehen diese in unsere Neutralisationsstrategie ein (mehr dazu im Abschnitt „Betriebliche Mobilität emissionsarm ausgerichtet“). Unsere weiteren wesentlichen Scope-3-Emissionskategorien teilen sich in eingekaufte Güter und Dienstleistungen, Kapitalgüter, Brennstoff- und energiebezogene Emissionen sowie Nutzung der verkauften Produkte auf.

Wir haben das Ziel, unsere Scope-3-Emissionen vom Referenzjahr 2016 bis zum Jahr 2025 um 39% zu senken. Bis 2040 sollen hier ebenfalls Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen erreicht werden.

2021 hat der Vorstand der Telefónica Deutschland Gruppe das Budget für einen neuen CO<sub>2</sub>-Fonds

beschlossen. Ab Mitte des Jahres 2022 können sich Mitarbeiter:innen um Mittel für die Umsetzung von Stromeffizienzprojekten im Unternehmen bewerben. Maßgeblich für die Förderung der Projekte werden der Innovationsgrad sowie die Realisierbarkeit sein. Fragen der kurzfristigen Rentabilität werden dabei nachrangig betrachtet.

### Energie und CO<sub>2</sub>: Klimaziele

	Einheit	2021	2020	2019
Energieintensität: Energieverbrauch gesamt pro Datenvolumen	GWh/PB	0,09	0,12	0,17
Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energien <sup>1</sup>	%	100	96	84
Grünstromanteil bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie	%	100	100	100

<sup>1</sup> 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 und CO<sub>2</sub>: Energieverbrauch

In GWh	2021	2020	2019
Energieverbrauch gesamt	755	736	727
Stromverbrauch gesamt <sup>1</sup>	732	710	696
davon Netzwerk und Rechenzentren <sup>2</sup>	711	686	668
davon Büros, Shops, Call-Center	21	24	28
Kraftstoffverbrauch gesamt <sup>3</sup>	23	26	31
Energie aus erneuerbaren Energiequellen <sup>4</sup>	732	679	584

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

<sup>2</sup> Der Stromverbrauch Netzwerk ergibt sich aus der Anzahl der Standorte für Mobilfunk und Festnetz multipliziert mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch je Standort. Dieser wurde auf Basis von historischen Verbrauchsdaten ermittelt. Perspektivisch lösen durch Smart Meter tatsächlich gemessene Werte die hier statistisch erhobenen Werte ab.

<sup>3</sup> Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst die per Direktvertrag zwischen Versorger und der Telefónica Deutschland Gruppe belieferten Einheiten.

<sup>4</sup> 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.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

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

UNGC-Prinzipien 7, 8, 9

## Smart Metering als Schlüssel für effiziente Netzwerktechnik

Die Netzwerktechnik ist für rund 97 % des Stromverbrauchs des Unternehmens verantwortlich. Die Messung des Stromverbrauchs im Bereich Netzwerk erfolgt dabei bereits an vielen Standorten über Smart-Metering-Systeme. Der Stromverbrauch jeder mit einem Smart Meter ausgerüsteten Mobilfunkanlage wird im Sekundentakt erfasst und mit einer Internet-of-Things-Funkinheit über das O<sub>2</sub> 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-CO<sub>2</sub>-Emissionen auf null zu senken. Bis Ende des Berichtsjahres sollten 27.000 Standorte mit Smart Metern ausgerüstet werden. Der durch die Corona-Pandemie ausgelöste Chipmangel hat dazu geführt, dass diese Zielmarke nicht erreicht werden konnte. Insgesamt verfügten Ende 2021 17.596 Standorte über Smart Meter.

## Betriebliche Mobilität emissionsarm ausgerichtet

Pandemiebedingt fiel im Berichtsjahr die Reisetätigkeit innerhalb der Telefónica Deutschland Gruppe erneut deutlich niedriger aus als vor der Pandemie, auch wenn die Reisetätigkeit im zweiten Halbjahr 2021 wieder leicht zugenommen hat. Im Vergleich zu 2019, dem letzten Jahr, das nicht von der Pandemie eingeschränkt war, haben wir im Berichtsjahr 92,8 % weniger Kilometer bei Flugreisen und 90,9 % weniger Kilometer bei Bahnreisen verzeichnet.

Die Aussagefähigkeit des Wertes der weiteren indirekten Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen) im Vergleich zu den Vorpandemiejahren ist allerdings begrenzt. Das Unternehmen strebt jedoch weiterhin an, die Anzahl der Geschäftsreisen unserer Mitarbeiter:innen zwischen nationalen und internationalen Telefónica Standorten um 70 % gegenüber 2019 zu reduzieren. Das betrifft interne Meetings und Workshops. Mit den Schlüsselinitiativen unserer Personalstrategie („5 Bold Moves“) wollen wir die Mitarbeiter:innen dabei unterstützen – wo immer möglich und sinnvoll – virtuell zusammenzuarbeiten. Nähere Informationen zu den „5 Bold Moves“ finden sich im [Kapitel „Gestaltung des Arbeitsumfelds“](#).

Über unsere Reiserichtlinie fördern wir den Umstieg auf die Bahn. Wir wollen unsere Dienstwagen sukzessive auf Hybrid- und Elektroantrieb umstellen. Bis Ende 2022 soll unser Fuhrpark zu 50 % teilelektrifiziert sein. Alle E-Fahrzeuge erhalten neben den Tankkarten auch Ladekarten. An den Standorten München und Düsseldorf sind inzwischen 20 Ladepunkte installiert und aktiv. Der durchschnittliche CO<sub>2</sub>-Wert<sup>1</sup> für die 2021 neu zugelassenen Dienstwagen betrug 51 g CO<sub>2</sub>/km (2020: 71 g CO<sub>2</sub>/km).

Mit zeitgemäßer Arbeitsplatzgestaltung ermöglicht die Telefónica Deutschland Gruppe den Mitarbeiter:innen, ihre persönliche Klimabilanz zu verbessern. Indem sie verstärkt das Homeoffice sowie Videokonferenzen nutzen, leisten sie einen Beitrag zur Senkung des Verkehrsaufkommens sowie der entsprechenden Schadstoffemissionen.

## 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 O<sub>2</sub> Tower und an weiteren Standorten 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.

Auch die Optimierung unserer Büroflächen führt zu weiteren Effizienzgewinnen im Bereich der Bürogebäude: Rückwirkend zum 1. Januar 2021 ist der Betrieb Potsdam auf die TFS Potsdam GmbH abgespalten worden. Im Anschluss wurden die TGCS Essen & Potsdam GmbH und die TGCS Berlin GmbH an einen externen Käufer – die Transcom WorldWide GmbH – verkauft. Mit dem Verkauf hat die Telefónica Deutschland Gruppe die Zahl der eigenen Call-Center von sieben auf fünf reduziert. Außerdem wird der Standort in Nürnberg 2022 renoviert; im Zuge dessen werden die angemieteten Flächen ebenfalls angepasst.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

### Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Energie (103-2; 103-3); Emissionen (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3)  
GRI 102-11; 102-13; 102-15; 102-31; 305-1; 305-2; 305-3; 305-5

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

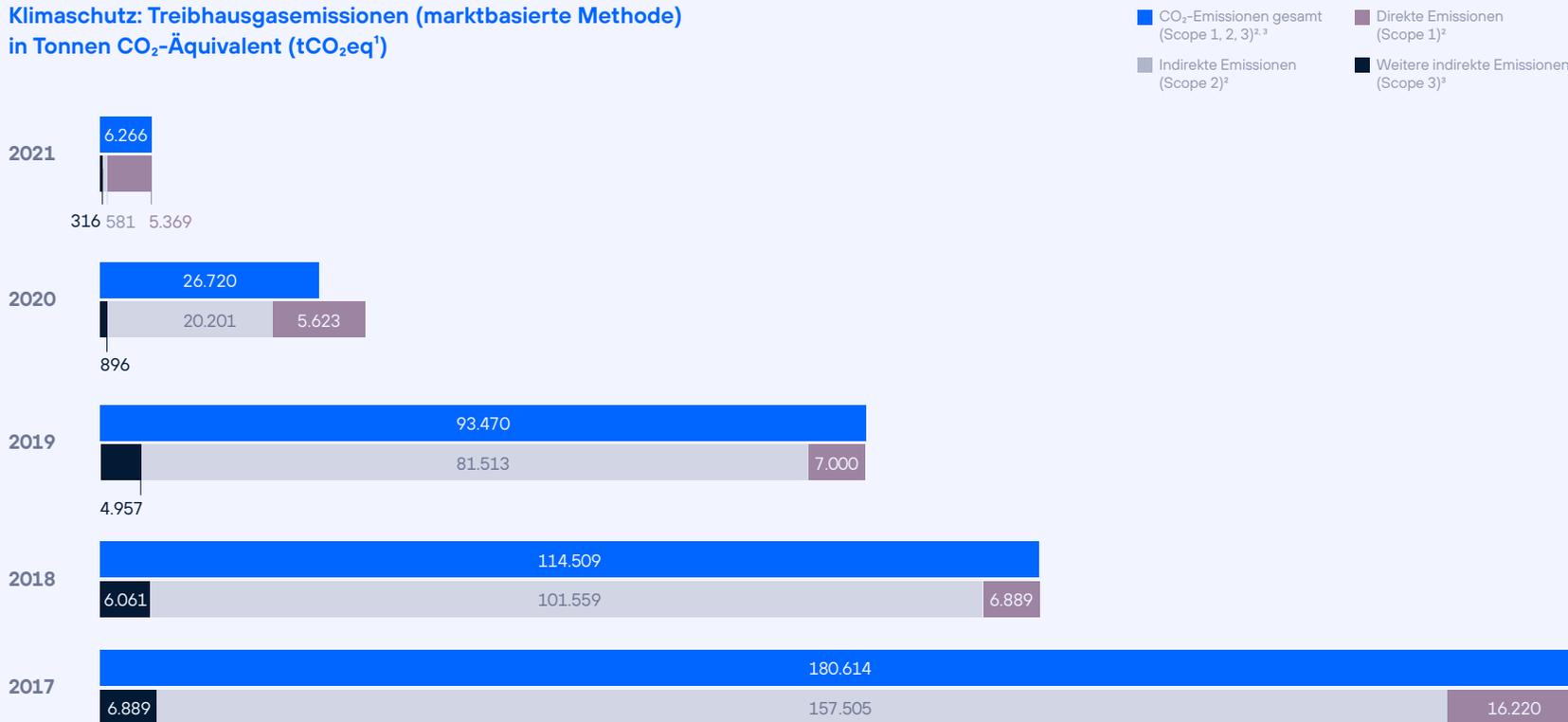
## Kompensation nicht vermeidbarer Emissionen

Trotz 100-prozentiger Verwendung von Grünstrom, einem nachhaltigeren Grüneinkauf, hohen Energieeffizienzzielen, Optimierung unserer Netzwerke, Nutzbarmachung der Potenziale von Green-Cloud-Anbietern und ähnlichen Maß-

nahmen werden am Ende nicht vermeidbare Emissionen entstehen. So lassen sich zum Beispiel nicht alle Kühlmittel unserer Klimaanlage durch CO<sub>2</sub>-freie Alternativen ersetzen. Die verbliebenen Emissionen werden wir durch den Zukauf von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten neutralisieren. Die Projekte, die für die Zertifikate in Betracht kommen, müssen der Atmosphäre CO<sub>2</sub> entziehen und zusätzlich über

soziale Komponenten, wie vom Gold Standard<sup>1</sup> gefordert, verfügen. Im Jahr 2021 haben wir 20% der verbleibenden Emissionen kompensiert; diese Quote werden wir jährlich um 20 Prozentpunkte erhöhen, bis 2025 sollen 100% der nicht vermeidbaren Emissionen neutralisiert werden.

### Klimaschutz: Treibhausgasemissionen (marktbasierter Methode) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (tCO<sub>2</sub>eq<sup>1</sup>)



<sup>1</sup> CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O und klimarelevante Kühlgase (F-Gase).

<sup>2</sup> Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol und ITU-T L.1420. Die Daten und Berechnungen sind von der spanischen Normungs- und Zertifizierungsgesellschaft AENOR INTERNACIONAL, S.A.U. verifiziert. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO<sub>2</sub>-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt. Für die marktbasierter Methode werden 588,83 g CO<sub>2</sub> pro kWh genutzt (Quelle: Association of Issuing Bodies (AIB), European Residual Mixes 2020). Informationen zur standortbasierten Methode sind in der Kennzahlentabelle aufgeführt.

<sup>3</sup> Scope-3-Emissionen: Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen). Die Emissionen je km für Flug- und Bahnreisen für die Jahre 2019 bis 2021 wurden mit gruppenweit angewendeten Emissionsfaktoren berechnet (Quelle: Umrechnungsfaktoren der britischen Regierung für Treibhausgasemissionen für die Unternehmensberichterstattung, 2021). Es gibt auch andere, hier nicht enthaltene, Scope-3-Emissionen. Der Fokus bei der Telefónica Deutschland Gruppe liegt bei den Geschäftsreisen.

<sup>1</sup> Der Gold Standard ist der weltweit strengste Standard für Emissionsminderungsprojekte, die nicht nur den Ausstoß von Treibhausgasen senken, sondern darüber hinaus für nachhaltige Entwicklung sorgen und eine zusätzliche soziale und/oder ökologische Komponente haben. Der Gold Standard wurde unter Federführung des WWF entwickelt.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

**Klima und Umwelt**

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

# Circular Economy

## Commitment

Wir richten immer mehr Aspekte unserer Geschäftstätigkeit an Prinzipien der Circular Economy aus.

## Unsere Erfolge

Mit unserem neuen Circular-Economy-Konzept haben wir 2021 einen Rahmen geschaffen, in dem wir in Zukunft unsere Maßnahmen optimal steuern und weiterentwickeln können. Unser Ziel für 2022 ist es, gemeinsam mit unseren Dienstleistern und nachgelagerten Entsorgungsketten ein verbessertes Abfallmanagement umzusetzen. So wollen wir unsere Recyclingquote in den Folgejahren weiter verbessern. Zusammen mit anderen Telekommunikationsunternehmen haben wir ein erneuertes branchenweites Eco-Rating für Mobiltelefone ins Leben gerufen.

95%

unseres Gesamtabfalls wurde dem Recycling zugeführt

17,2 t

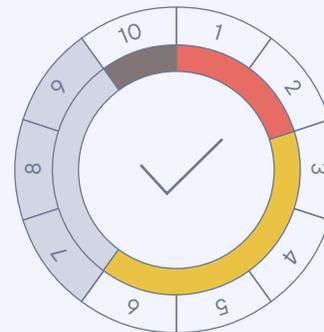
Plastik durch Half-Sim-Trägerformat eingespart

## Fokus-SDGs

Unser Circular-Economy-Ansatz basiert auf den Prinzipien von Wiederverwendung und Recycling, der Kontrolle ökologischer Kriterien in der Lieferkette, der Förderung von Öko-Design in der Produktentwicklung und nachhaltigen Produktangeboten für unsere Kund:innen.



## UN Global Compact



- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umwelt und Klima
- Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Klima- und Ressourcenschutz

Wir stärken digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt und gestalten unsere Informations- und Kommunikationstechnologien umwelt- und ressourcenschonend.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Abfall (103-2;  
103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3);  
GRI 102-11; 102-43; 102-48; 417-1

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

# Circular Economy konsequent implementieren

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

### Ressourcenschonung und Abfallvermeidung im Fokus

Die Endlichkeit natürlicher Ressourcen und Umweltauswirkungen entlang des Lebenszyklus eines Produktes 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. Die Regulierung wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen: So plant die EU beispielsweise ein Energielabel für Mobilgeräte und möchte einer kreislauforientierten Wirtschaftsweise in der Taxonomie-Verordnung höhere Priorität einräumen.

Die Circular Economy umfasst nicht nur die Abfall- und Rohstoffwirtschaft, sondern bezieht sich auf sämtliche Wertschöpfungsstufen. Auch die Nutzungsphase von Produkten zählt dazu. Es geht also um eine systemische Transformation mit dem Ziel, Kreisläufe zu schließen und den Einsatz von Rohstoffen zu reduzieren. Die Circular Economy bietet Unternehmen damit auch die Möglichkeit, Kosten zu sparen sowie den Kund:innen nachhaltig erzeugte und zu nutzende Produkte und Dienstleistungen anzubieten. So steigt nicht nur ihre Wettbewerbsfähigkeit, sondern auch ihre Glaubwürdigkeit als verantwortungsbewusste Akteure in der Gesellschaft. Wir verwenden daher den umfassenden Begriff der Circular Economy und gehen damit über das Verständnis des Kreislaufwirtschaftsgesetzes (KrWG) hinaus, das sich im Wesentlichen mit der Abfall- und Sekundärrohstoffwirtschaft auseinandersetzt.

Vor diesem Hintergrund hat die Telefónica Deutschland Gruppe ein eigenes „Circular-Economy-Konzept“ entwickelt, das 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. In unserem 2020 durchgeführten Materialitätsprozess zur Nachhaltigkeitsstrategie haben wir die Kreislaufwirtschaft als wesentliches Thema identifiziert und 2021 ein umfassendes Konzept entwickelt. Unser Fokus liegt dabei auf den drei unternehmensspezifischen Bereichen Produkte und Services, Verwaltung und Shops sowie Netzinfrastruktur und -betrieb.

## PROZESSE UND STEUERUNG

### Ressourceneffizienz zielgerichtet managen

Im Kreislaufwirtschaftsgesetz ist die Vermeidung als erste Priorität der Abfallhierarchie rechtlich verankert. Weitere Gesetze beinhalten darüber hinaus spezifische Anforderungen, um die Kreislauf-führung von Elektrogeräten wie z. B. Handys oder Tablets zu verbessern. Insbesondere reguliert eine Reihe von Gesetzen und EU-Verordnungen das Design und Inverkehrbringen von Elektrogeräten und ihre fachgerechte Entsorgung. Dabei rückten im Berichtsjahr insbesondere die Verschärfung von Kennzeichnungs- und Rücknahmepflichten durch das Elektroggesetz in den Fokus. Auch eine Erweiterung der Ökodesignrichtlinie auf Mobilgeräte zeichnet sich ab. Die EU plant hier beispielsweise Anforderungen an die Langlebigkeit von Akkus, die Garantie von Sicherheitsupdates und ein Energie-

label für Mobilgeräte. Zudem ist die Förderung der Circular Economy ein zentraler Aspekt des Green Deal der Europäischen Union mit entsprechenden Aktionsplänen, u. a. auch für die Elektronik- und IT-Branche. Die EU-Taxonomie-Verordnung räumt einer ressourceneffizienten und kreislauforientierten Wirtschaftsweise einen besonderen Stellenwert ein und strebt hier eine Lenkungswirkung bei Investitionen und Kapitalmarktaktivitäten an.

Für die grundsätzliche Ausrichtung und Steuerung der Circular Economy in der Telefónica Deutschland Gruppe sind unsere Umwelt- und Energie-richtlinien maßgebend, die auf die Schonung wertvoller Ressourcen sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Abfällen und Recycling abzielen. Der Schutz natürlicher Ressourcen gehört für uns zu den wichtigsten Gebieten, die im Rahmen des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 adressiert werden. Der Umweltmanagementbeauftragte, der im CR-&-S-Bereich angesiedelt ist, berichtet zu Maßnahmen und Zielerreichung im Rahmen des RBP 2025 an die Direktorin CR-&-S, aber auch direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs. Jährliche Managementreviews zu Energie- und Umweltaspekten im Rahmen der ISO-Normen 14001 und 50001 werden direkt mit dem Chief Executive Officer und Chief Officer Legal & Corporate Affairs erörtert.

2021 haben wir mit unserem neuen Circular-Economy-Konzept einen Rahmen geschaffen, in dem künftig die bestehenden Aktivitäten weiterentwickelt und gesteuert werden. Auch mit der Verabschiedung unserer neuen Klimastrategie und dem Ziel, bis 2025 Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen zu verursachen, setzen wir ein deutliches Zeichen für Ressourcenschonung.



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

**Klima und Umwelt**

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI 102-11; 102-48

UNGC-Prinzipien 7, 8, 9

**Konzept für die Circular Economy**

Verbesserte Zirkularität durch  
Digitalisierung





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Abfall (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); GRI 102-11; 102-43; 102-48; 301-3; 308-2; 417-1; 417-2

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

Der überlegt sparsame Einsatz von technischer Ausrüstung spart neben Energie auch Ressourcen. Beispielsweise ermöglicht die Nutzung effizienter Cloudserver bei Partnern eine optimale Auslastung der technologischen Ressourcen, da sich dort sowohl im Energieverbrauch als auch beim Ressourceneinsatz Skaleneffekte ergeben.

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. Im Bereich Abfallmanagement agieren wir nach einer eigenen Richtlinie. Die relevanten Abfallmengen dokumentieren wir über das Abfallmanagementsystem „GReTel“ (Gestión de Residuos de Telefónica), das speziell für die Bedürfnisse der Telefónica, S.A. Group entwickelt wurde. Mit diesem System können wir u. a. die Abfallarten jeweils mit Anfallort und Menge sowie die jeweiligen Entsorgungswege und benötigten Nachweise hinterlegen. Diese zusätzliche Transparenz ermöglicht es uns, Optimierungen in der Entsorgungskette vorzunehmen, mit dem Ziel, eine nahezu vollständige Recyclingquote zu erreichen.

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 Energierichtlinien, die Menschenrechtsrichtlinie sowie die Supply Chain Sustainability Policy einschließlich der Beschaffungsrichtlinie für geringen CO<sub>2</sub>-Ausstoß und der Vorgaben in Bezug auf Konfliktmineralien.

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN Produkte und Services

Die Telefónica Deutschland Gruppe bietet über ihre Marken Geschäfts- und Privatkund:innen ein breites Hardware-Sortiment an Handys und weiteren elektrischen Geräten (wie z. B. Tablets, Spielekonsolen oder Smartwatches) mit und ohne Verbindung zu einem Mobilfunkvertrag. Die gesteigerte Leistungsfähigkeit und die Bündelung von Funktionen in diesen Endgeräten bergen signifikante Potenziale zur Ressourcenschonung. Dazu zählen zum Beispiel der Ersatz von Fotokamera oder Festnetztelefon, aber auch Smart-Home-Anwendungen zur Gestaltung eines energie- und ressourceneffizienten Alltags.

Dieser Vorteil wird jedoch wieder aufgewogen, wenn in Summe mobile Endgeräte bereits vorzeitig ersetzt werden und ausgediente Geräte nicht dem Recycling zugeführt werden. Denn bei der Herstellung von Handys und Elektrogeräten kommt es über den Lebenszyklus betrachtet zu wesentlichen Umweltauswirkungen. Insbesondere der Rohstoffabbau von Primärrohstoffen ist sehr ressourcenintensiv und mit sozialen und ökologischen Risiken verbunden. Auch die Relevanz für den Klimaschutz zeigt sich bei der Betrachtung der CO<sub>2</sub>-Emissionen in den unterschiedlichen Lebenszyklusphasen: Rund 70% der Emissionen fallen bereits in der Herstellung an<sup>1</sup>.

Die Zusammensetzung von Handys und anderen mobilen Geräten wie Tablets und Laptops ist komplex und die fachgerechte Wiedernutzbar-machung der gebrauchten Geräte verlangt hohe technische Standards bei Recyclingunternehmen. Bei der Auswahl unserer Partner achten wir konsequent auf die Erfüllung dieser Standards. Eine Barriere der Circular Economy ist dabei auch die Schubladenlagerung in Unternehmen und Privat-

haushalten und damit die fehlende Rückführung vor allem von Handys und kleineren Elektrogeräten. Die mit Umweltschäden verbundene illegale Entsorgung von Elektroschrott über den Hausmüll sowie der illegale Export von Elektroschrott in Ländern mit nur niedrigen Umweltstandards sind ebenfalls problematisch. Wir haben in unseren Shops Hinweise angebracht, dass wir gebrauchte Geräte, SIM-Karten und Batterien zurücknehmen. Mit einem besonders kundenfreundlichen Rückgabeprozess von Geräten wie Laptops, Tablets und Fernsehern unterstützen wir zudem unsere Kund:innen.

Gemeinsam mit unseren Tochtergesellschaften und Kooperationspartnern arbeiten wir daran, die Circular Economy über die Sortimentsgestaltung und das ökologische Produktdesign von Eigenmarken-Produkten, Informationen für Kund:innen sowie durch Ansätze zu Wiederverwendung und Recycling mobiler Endgeräte zu stärken.

## Sortimentsgestaltung und Verpackungsdesign nach Ökodesign-Kriterien

Im Rahmen unseres Einkaufs richten wir zunächst den Blick auf die Auswahl der Smartphones, die wir unseren Kund:innen anbieten wollen. Über unsere Supply Chain Sustainability Policy verpflichten wir unsere Lieferanten zur Einhaltung hoher ökologischer und sozialer Standards – angefangen bei der Rohstoffgewinnung, über den Wasserverbrauch, die Produktion und den Transport bis hin zum Umgang mit Abfällen. Dabei ist uns der gemeinsame Schutz von Umwelt und Menschenrechten sehr wichtig. Die Umweltverträglichkeit der verwendeten Ressourcen wird durch eine „Environmental Declaration“ kontrolliert. Wir erwarten von den Herstellern zudem, dass Ökodesignprinzipien und Reparierbarkeit so weit wie möglich berücksichtigt werden und eine bevorzugte Verwendung von Recyclingmaterial erfolgt.



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

### Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Abfall (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); GRI 102-11; 102-43; 102-48; 301-3; 308-2; 417-1; 417-2

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

#### Nachhaltig einkaufen



**Eco Rating:**  
Bewertungssystem für Mobiltelefone unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten



**Nachhaltige Geräte:**  
z. B. Fairphone mit modularem Aufbau und recycelten Materialien



**Half SIM-Trägerformat:**  
Vermeidung von Plastikmüll

#### Verantwortungsvoll recyceln



**Gebrauchte Handys:**  
Rückgewinnung von wertvollen Rohstoffen aus über 100.000 Geräten pro Jahr gemeinsam mit der AfB gemeinnützige GmbH



**NABU:**  
Handyrecycling zugunsten von Umweltprojekten des Naturschutzbund Deutschland e. V.

#### Nachhaltigkeit bei Telefónica Deutschland/O<sub>2</sub>



**Responsible Business Plan:**  
5 Jahres-Plan steuert Nachhaltigkeitsengagement

„Let's Keep the Planet Blue“:  
Stärkung des Angebots an nachhaltigen Produkten und Services

Ein nachhaltiges  
Handyleben  
mit O<sub>2</sub>

#### Lange nutzen



**O<sub>2</sub> Reparatur-Service:**  
über 3.000 Aufträge pro Monat



**O<sub>2</sub> Handyankauf:**  
für ausgediente funktionstüchtige Geräte

Mit der zunehmenden Gestaltung des Produktsortiments nach den Prinzipien einer ressourcenschonenden Circular Economy will die Telefónica Deutschland Gruppe die Entwicklung und den Absatz ökologisch vorteilhafter Mobilfunkgeräte, Gadgets und Zubehörteile fördern. Mit dem Fairphone 4 bietet das Unternehmen zum Beispiel im Rahmen von „O<sub>2</sub> 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, Reparierbarkeit und Langlebigkeit sowie einen durchdachten Recyclingansatz. Das Fairphone 4 ist Anfang 2022 mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ ausgezeichnet worden. Das

Siegel dürfen bislang nur dieses Smartphone und das Vorgängermodell Fairphone 2 tragen.

Auch die unter unserer Marke O<sub>2</sub> angebotenen Produkte mit ihrer Verpackung wollen wir durch ein gezieltes Ökodesign weiter optimieren. Insbesondere die nächsten Router-Generationen werden wir in den Blick nehmen. Ein weiteres Beispiel ist die Umstellung auf das Half-SIM-Trägerformat. Dieses ist im Vergleich zum vorher genutzten Scheckkartenformat nur halb so groß und halb so schwer, was den ökologischen Fußabdruck bei Herstellung und Transport verkleinert und die Abfallmenge reduziert. 2021 haben wir rund 8,6 Mio. SIM-Karten in dieser Trägerausführung an unsere

Kund:innen und Partner ausgeliefert. Dadurch konnten im Berichtsjahr 17,2 t Plastik eingespart werden. Darüber hinaus versenden wir unsere aus Recyclingmaterial bestehenden Pakete auf klimaneutralem Wege mit DHL GoGreen an Kund:innen 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 O<sub>2</sub> DSL-Router wurde so entworfen, dass der weitere Versand ganz ohne Umverpackung auskommt und lediglich ein Adresslabel angebracht werden muss.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Abfall (103-2;  
103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3);  
GRI 102-11; 102-43; 102-48; 301-3; 308-2

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

## Reparaturservice, Wiederaufbereitung und Recycling

Für eine längere Nutzungsdauer von Handys bieten O<sub>2</sub> und Blau verschiedene Services an: Handys, die wir innerhalb von 14 Tagen nach dem Kauf oder aus Kulanzgründen zurücknehmen, werden bei Bedarf repariert und überwiegend über Blau preisreduziert verkauft. Darüber hinaus nehmen wir über den Kooperationspartner Teqcycle noch funktionsfähige Handys in Zahlung. Teqcycle bereitet die Handys wieder auf und bringt sie zurück in den Verkehr. Im Berichtsjahr konnten wir insgesamt 50.561 Geräte wiederaufbereiten und wieder in den Markt geben. Dabei werden bspw. kleine äußere Schönheitsfehler nicht durch komplett neue Gehäuse behoben. Kund:innen, die bei uns eine Handyversicherung abgeschlossen haben, können ihr Gerät ebenfalls zur Reparatur einschicken. Auf diesem Weg wurden im Berichtsjahr zusätzlich 17.198 Geräte repariert.

Unser O<sub>2</sub> Handyrecyclingprogramm ermöglicht es Verbraucher:innen darüber hinaus, ihre gebrauchten Geräte verantwortungsvoll zu entsorgen. Sie können die Geräte in unseren Shops, über das Onlineportal [www.o2online.de](http://www.o2online.de) und über die Sammelstellen unseres Kooperationspartners NABU e.V. abgeben. Die Daten auf funktionsfähigen Mobiltelefonen werden über ein zertifiziertes Verfahren gelöscht und die Geräte von dem IT-Unternehmen 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. Über unser Handyrecyclingprogramm konnten wir allein im Jahr 2021 mehr als 163.100 Althandys einsammeln.

Ressourceneffizienz im Produktbereich bestimmt überdies unseren Umgang mit DSL-Routern, die wir von Kund:innen zurückerhalten. Auch diese Geräte werden technisch geprüft und so aufbereitet, dass sie danach in einem neuwertigen Zustand sind. Nicht wiederaufbereitbare Router werden fachgerecht über Umicore entsorgt. Durch die Aufbereitung von 77.383 Routern konnten 2021 50,3 t Elektroschrott vermieden werden.

## Information über Geräteeigenschaften und Modellbewertungen

Kundenberatung und Information sind entscheidende Faktoren für den Erfolg unserer Strategie, denn auf diese Weise werden den Kund:innen die Produkte und Services im Zusammenhang mit einer ressourcenschonenden Circular Economy vorgestellt. Unter dem Leitmotiv „Let’s Keep the Planet Blue“ werden ökologische Initiativen an unterschiedlichen Touchpoints entlang der Customer Journey ausgebaut und kommuniziert, etwa zur Nutzung von gebrauchten Handys. Auf einer Microsite im O<sub>2</sub> Onlineshop „O<sub>2</sub> My Handy“ bündeln wir darüber hinaus unsere nachhaltigen Kundenangebote und Informationen. Damit verfolgen wir das Ziel, unsere Kund:innen transparent über entsprechende Geräteeigenschaften und ökologische Vorteile aufzuklären und sie über unsere Reparatur-, Wiederaufbereitungs- und Recyclingprogramme zu informieren.

Ein zentraler Ansatz in dem Zusammenhang ist die Produktbewertung über das Eco-Rating. Auf der Produktseite von „O<sub>2</sub> My Handy“ werden die Modellbewertungen der teilnehmenden Hersteller transparent angezeigt. Die Kund:innen können sich so auf einen Blick über Langlebigkeit, Wiederverwertbarkeit, Reparierbarkeit, Ressourceneffizienz und Klimaeffizienz von Mobilfunkgeräten informieren. Das Eco-Rating hat 2021 den Eco-Index, den die Telefónica Deutschland Gruppe bereits 2011 einführte, ersetzt. Dieser Eco-Index wurde als Bewertungskatalog ins Leben gerufen, um transpa-



rent über Produkte zu informieren. Am Nachfolger Eco-Rating sind nun weitere Telekommunikationsunternehmen und Hersteller beteiligt, was den Informationswert für die Kund:innen weiter erhöht. Zugleich wurde der Anforderungskatalog für verschiedene Kategorien verschärft.

Wir unterstützen längere Nutzungsdauern von Smartphones auch dadurch, dass wir im „O<sub>2</sub> My Handy“-Programm Laufzeiten von 36 und 48 Monaten anbieten. Vertragslaufzeiten verlängern sich nicht automatisch. Auf diese Weise wird kein Anreiz zum Austausch des Handys geschaffen. Sobald sie das Handy abbezahlt haben, zahlen unsere Kund:innen nur den reinen Mobilfunktarif.

## Verwaltung und Shops

Auch an unseren Verwaltungsstandorten und Shops gelten die Prinzipien der Circular Economy prozess- und bereichsübergreifend. Als Dienstleister hat die Telefónica Deutschland Gruppe im Vergleich zu Produktherstellern hier einen vergleichsweise geringen direkten ökologischen Fußabdruck. Aufgrund unserer Unternehmensgröße sehen wir uns



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Abfall (103-2; 103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3); GRI 102-11; 102-43; 102-48; 301-3; 308-2; 306-1; 306-2; 306-5

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

in der Verantwortung, auch kleine Hebel für eine hohe Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz umzu-legen.

Unsere Maßnahmen entwickeln wir entlang der relevanten Materialeinsätze im Betriebsalltag: von einem effizienten Papiereinsatz über die konsequente Reduzierung von Verpackungsabfällen in Kantinen und Cafés sowie umweltschonende Werbematerialien bis hin zur IT- und Büroausstattung.

### Papierverbrauch senken und Recyclingmaterial nutzen

Im Kundenservice reduzieren wir den Einsatz von Papier, indem wir zum Beispiel den Dialog mit unseren Kund:innen über unsere digitalen Services wie Apps und Assistenten suchen und Rechnungen bevorzugt online versenden, etwa über die „Mein O<sub>2</sub>“-App. Der Anteil der Online-Rechnungen lag Ende 2021 bei 91,8%. In den kommenden Jahren wollen wir mit weiteren Maßnahmen den Anteil der Online-Rechnungen weiter steigern (Ziel 2022: 92%), um papiersparendes Verhalten zu fördern.

Unsere Mitarbeiter:innen erleichtern wir den ressourcenschonenden Umgang mit Papier, indem wir die digitale Dokumentenverwaltung vorantreiben. An unseren Bürostandorten sowie in unseren Call-Centern und Shops verwenden wir ausschließlich Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“. Der Vergleich zwischen Frischfaser- und Recyclingpapier zeigt das Potenzial zur Ressourcenschonung: Bei Recyclingpapier wird vollständig auf den Primärrohstoff Holz verzichtet und laut [Initiative Pro Recyclingpapier](#) der Energie- und Wasserverbrauch um 60% reduziert.

10% unserer Abfallmenge entfielen 2021 auf Papier- und Kartonabfälle. 100% davon haben wir recycelt.

### Optimierung des Wasserverbrauchs

Im Berichtsjahr lag unser Fokus auf der Optimierung des Wasserverbrauchs an unseren Bürostandorten. Nach der Bewertung der Möglichkeiten haben wir veranlasst, dass bei Ersatzanschaffungen ausschließlich sparsame Maschinen eingebaut sowie – wo technisch möglich – wassersparende Perlatoren eingesetzt werden. Bei Umbauvorhaben achten wir darauf, gleich ganze Bereiche mit Perlatoren und effizienten Spülmaschinen auszustatten.

Die Tatsache, dass viele Mitarbeiter:innen das ganze Jahr 2021 wegen der COVID-19-Pandemie im Homeoffice gearbeitet haben, hat zu einem Rückgang des Wasserverbrauchs geführt. Die Flächenkonsolidierungsprogramme der Bürostandorte führten ebenso zu dieser Reduzierung. Im Berichtsjahr lag der Verbrauch bei rund 27.200 m<sup>3</sup> (2020: rund 61.600 m<sup>3</sup>).<sup>1</sup>

### Verpackungen in Kantinen und Cafés reduzieren

Wir haben außerdem im Berichtsjahr an unseren Standorten mit Kantine oder Café das RECUP-Pfandsystem für Coffee-to-go-Becher eingeführt, das Einwegmüll vermeidet und Ressourcen schont. Die Nutzer:innen kaufen ihren Kaffee im RECUP-Pfandbecher. 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. Auch für warme Speisen werden nur noch Mehrwegverpackungen ausgegeben. REBOWL heißt das System, bei dem die Reste in einer Verpackung mit Deckel auch mit nach Hause genommen werden können.

### Abfallkennzahlen der Telefónica Deutschland Gruppe im Jahr 2021

	Ungefährlicher Abfall	Gefährlicher Abfall	Gesamt
Gesamtabfallaufkommen (t) (ohne Wiederverwendung) <sup>1</sup>	1.116,5	138,0	<b>1.254,5</b>
Weiterverarbeiteter Abfall (t) (umfasst Wiederverwendung und Recycling)	1.003,6	148,5	<b>1.152,1</b>
Zur Entsorgung zugeführte Abfälle (t) (umfasst Energierückgewinnung)	113,1	0,0	<b>113,1</b>
<b>Abfallentsorgung nach Behandlungsverfahren</b>			
Wiederverwendung (t)	0,1	10,5	<b>10,6</b>
Recycling (t) <sup>2</sup>	1.003,4	138,0	<b>1.141,4</b>
Energierückgewinnung (t) <sup>3</sup>	113,1	0,0	<b>113,1</b>
Deponierung (t) <sup>4</sup>	0,0	0,0	<b>0,0</b>

<sup>1</sup> Gesamtabfallaufkommen (t) ohne Wiederverwendung, da Handys erst nach Ende der Nutzungsphase als Abfall betrachtet werden.

<sup>2</sup> Das Recycling umfasst hier auch die Vor-/Zwischenbehandlung, also stoffliche Verwertung, vor der energetischen Verwertung.

<sup>3</sup> Gesamtgewicht des zur Entsorgung weitergeleiteten Abfalls (Verbrennung mit Energierückgewinnung)

<sup>4</sup> Die Telefónica Deutschland Gruppe gibt Abfälle ausschließlich an Vorbehandlungsunternehmen. Es werden keine Abfälle der direkten Deponierung zugeführt.

<sup>1</sup> Die 2021 Daten des Wasserverbrauchs beruhen auf Hochrechnungen, die die Einschränkungen während der Pandemie in den Büros spezifischer reflektieren. Aufgrund der COVID-19-Pandemie waren im Berichtsjahr weniger Mitarbeiter:innen in den Büros und Shops. Die Hochrechnungen basieren auf den 2019 tatsächlich angefallenen Verbräuchen und berücksichtigen die in 2021 vor Ort anwesenden Personen. Ebenso wurde die Berechnung im Vergleich zum Vorjahr aktualisiert.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

## Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Abfall (103-2;  
103-3); Umwelt-Compliance (103-2; 103-3);  
GRI 102-11; 102-43; 102-48

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

## Gebrauchte Bürogeräte wiederaufbereiten oder entsorgen

In unseren Büros, Call-Centern und Daten-Centern wird kontinuierlich gebrauchte Hardware durch neue, leistungsfähigere und auch energieeffizientere Modelle ersetzt. Die fachgerechte Entsorgung oder Wiederaufbereitung von gebrauchten Laptops, Monitoren oder Druckern übernimmt unser IT-Servicepartner.

## Schrittweise Umstellung auf nachhaltige Büromaterialien

Im Berichtsjahr haben wir unser Lieferunternehmen gewechselt, sodass wir unsere Lieferkette mit „GoGreen“ klimafreundlich gestalten können. Außerdem nutzen wir für unsere Bürostandorte inzwischen Sammellieferungen, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für den Transport zu reduzieren. Für die Beschaffung von verbrauchsbasierten Materialien gelten unsere Beschaffungsrichtlinie für geringen CO<sub>2</sub>-Ausstoß sowie unsere Supply Chain Sustainability Policy verpflichtend.

2022 wollen wir unser Kernsortiment an verbrauchs-basierten Büromaterialien von einem externen Dienstleister auf Möglichkeiten der Umstellung auf nachhaltige Produkte bewerten lassen und entsprechende Maßnahmen ableiten. Im Berichtsjahr ist außerdem eine [Richtlinie für ethisch verantwortungsvolle Kommunikation](#) erarbeitet worden, die im März 2022 in Kraft getreten ist. Die darin enthaltenen Anforderungen für Nachhaltigkeit setzen wir zum Beispiel durch die Verlagerung von Kommunikationsevents in den digitalen Raum oder den weitgehenden Verzicht auf Plastik oder gedruckte Kommunikationsmaterialien um.

## Netzinfrastruktur & -betrieb

Die Telefónica Deutschland Gruppe betreibt ihr Mobilfunknetz mit rund 30.700 Mobilfunkstandorten. Davon befinden sich rund 14.400 Standorte (Dach- und Turmstandorte) und ihre passive Infrastruktur im Besitz der American Towers, wobei die Telefónica Deutschland Gruppe die Technik der Anlagen besitzt. Die Verantwortung für diese aktive Infrastruktur (Antennen, Kabel und Systemtechnik) der gesamten Mobilfunkstandorte liegt bei der Telefónica Deutschland Gruppe. Der Materialeinsatz für den Netzausbau aus Antennen, Kabeln, Stahlstrukturen etc. sowie die Abfälle beim Um- oder Rückbau sind entsprechend hoch. Da nur wenige Anbieter die benötigten Netzbauteile bereitstellen, ist der Handlungsspielraum beim Einkauf begrenzt. In erster Linie setzen wir daher auf eine ressourceneffiziente Modernisierung der Netzinfrastruktur und die fachgerechte Entsorgung zur Kreislaufführung des Elektroschrotts und der Metalle.

Im Zuge der Modernisierung unserer Netzinfrastruktur nehmen wir Abbauten bei Technikwechseln oder der Erweiterung von Standorten vor. Auf Rückbau wird zunächst bei den Standorten verzichtet, die in Zukunft als 5G-Standort relevant sein können. Der Elektronikschrott von abgebauten 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 zu 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 vermeidet und zur Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes beitragen soll.

2021 belief sich die Abfallmenge von Elektronik und Elektronikgeräten durch den Netzbetrieb und in den Büros auf 92,2 t (Vj. 88,3 t). Davon haben wir 100% an Fachentsorgungsunternehmen zum Recycling gegeben. Die Abfallmenge, bestehend aus Abfall oder Schrott von nichtelektronischen Geräten wie Kabeln, Rohren und Metallen oder Papier- und Kartonabfällen, belief sich auf 1.035,8 t (2020: 1.569,2 t). Auch hier betrug die Recyclingquote 100%.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

**Gesellschaft und digitale Inklusion**

Daten und Fakten

# Teilhabe an der digitalisierten Welt ermöglichen



Hohe Reputationswerte, gemessen am RepTrak Pulse

Digitaler  
Zugang

Digitale  
Kompetenzen

## Mission 2025

Wir ermöglichen die Teilhabe an der digitalisierten Welt, indem wir Zugang geben und Fähigkeiten vermitteln.

**45,7 Mio.**

Menschen sind über unser  
Mobilfunknetz verbunden

**69** 

**von 100 Punkten** im RepTrak Pulse:  
+4,1 Punkte im Vergleich zum Vorjahr



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

**Gesellschaft und digitale Inklusion**

Daten und Fakten

# Digitale Kompetenzen

## Commitment

Wir machen Menschen fit für  
die digitale Welt.

## Unsere Erfolge

Gemeinsam mit den Partnern der Initiative „WAKE UP!“ haben wir klare Zeichen gegen Cybermobbing und digitale Gewalt gesetzt. Über Aufklärung, praktische Anleitungen und digitale Angebote stärkten wir die Souveränität von Kindern und Jugendlichen, damit sie mit den Herausforderungen der digitalen Welt umgehen können. Mit unserem Programm „Digital mobil im Alter“ haben wir Senior:innen auch 2021 den Umgang mit Smartphone, Internet & Co. nähergebracht. Ein Schwerpunkt lag auf dem Umgang mit Desinformation im Netz.

3,9 Mio.

Menschen mit WAKE UP! erreicht,  
insbesondere Kinder und Jugendliche

2,6 Mio.

Menschen mit unserem  
Seniorenprogramm erreicht

## Fokus-SDGs

Durch unser Bildungsangebot für verschiedene Altersgruppen und Programme für den Aufbau digitaler Kompetenzen möchten wir Ungleichheiten in der Gesellschaft beseitigen. Alle Menschen sollen ihr Leben selbstbestimmt gestalten und von den Vorteilen der Digitalisierung profitieren können. Unser Fokus liegt dabei auf schutzbedürftigen Gruppen wie Kindern und Jugendlichen sowie Senior:innen.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte     ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen     ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

CDR-Handlungsfeld:  
Inklusion

Wir fördern digitale Kompetenzen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen und befähigen zum eigenständigen Handeln, damit alle die Chancen der Digitalisierung für sich erschließen können.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

## Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 1

# Digitale Kompetenzen

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN Souveräner Umgang mit digitalen Medien

Wir wollen alle Menschen an den Vorteilen der Digitalisierung teilhaben lassen und ihnen ermöglichen, sich selbstbestimmt und sicher in der digitalen Welt zu bewegen. Deshalb fördert die Telefónica Deutschland Gruppe digitale Kompetenzen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen, damit sie die Chancen der Digitalisierung für sich erschließen können. Wie wichtig diese Kompetenzvermittlung ist, hat die Corona-Pandemie deutlich gemacht: Digitale Technologien tragen wesentlich dazu bei, die Verbindung der Menschen untereinander aufrecht zu erhalten und Dienstleistungen und Angebote trotz Kontaktbeschränkungen weiter nutzen zu können. Doch nicht alle Menschen verfügen über das notwendige Wissen oder die technischen Voraussetzungen, um mit der durch die Pandemie beschleunigten Digitalisierung Schritt zu halten (mehr zum Thema Zugang im [Kapitel „Digitaler Zugang“](#)).

Wir sensibilisieren in unseren Programmen zur Kompetenzvermittlung auch für die Risiken, die mit der Nutzung medialer Inhalte einhergehen können. Zu diesen Risiken gehört z. B., Falschnachrichten nicht als solche zu erkennen und sich von diesen beeinflussen zu lassen. Mit einer Informationskampagne haben wir ältere Menschen im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 darin gestärkt, sich eine eigene, unbeeinflusste und fundierte politische Meinung zu bilden.

Junge Menschen nutzen digitale Inhalte oft viel selbstverständlicher als ältere, dafür bedürfen minderjährige Mediennutzer:innen eines besonderen Schutzes. Auch sie müssen den sicheren Umgang mit digitalen Technologien erst erlernen. In der Corona-Pandemie haben Kinder und Jugendliche täglich noch mehr Zeit online verbracht (2021: 241 Min., 2020: 258 Min., 2019: 205 Min.), wie die [JIM-Studie](#) 2021 des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest zeigt. 58 % der 12- bis 19-Jährigen gaben an, innerhalb der letzten vier Wochen Hassbotschaften begegnet zu sein, 47 % sahen sich mit beleidigenden Kommentaren konfrontiert. Insgesamt sei der Anteil der betroffenen Jugendlichen höher als im Jahr 2020, so die Studie. Auch immer mehr Grundschüler:innen sind von Cybermobbing betroffen, wie andere Befragungen zeigen.

Wir setzen uns für die Wahrung der Kinderrechte und für den Jugendschutz ein, indem wir die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen stärken und sie über problematische Inhalte und Cybermobbing im Internet aufklären. Eltern helfen wir dabei, einen verantwortungsvollen Umgang mit der mobilen Freiheit ihrer Kinder zu finden. Mehr zu unseren Grundprinzipien für Kinderrechte im [Kapitel „Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten“](#).

## PROZESSE UND STEUERUNG Zielerreichung bei Programmen nachverfolgen

Im Rahmen des Responsible Business Plans 2025 der Telefónica Deutschland Gruppe verfolgen wir das Ziel, Menschen fit für die digitale Welt zu machen. Wir wollen unsere Kund:innen bei allen Neuerungen und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Nutzung digitaler Services und digitaler Produkte unterstützen. Dies soll über die Kanäle Voice, Messaging, Videochat, Apps sowie über das Portal geschehen.

Unsere beiden zentralen Sozialprogramme zur Kompetenzvermittlung sind die Anti-Cybermobbing-Initiative „WAKE UP!“ für Kinder und Jugendliche sowie das Programm „Digital mobil im Alter“ für Senior:innen. Ziel von „WAKE UP!“ ist es, die digitale Souveränität von jungen Menschen sowie den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Unsere Partner sind dabei die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Dienstleister (FSM) und Yaez, die Agentur für Bildungskommunikation. Mit verschiedenen Maßnahmen wollten wir im Rahmen von „WAKE UP!“ 2021 insgesamt 2 Mio. Menschen erreichen. Das Programm „Digital mobil im Alter“ setzen wir seit 2012 gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen um. So konnten wir schon viele Senior:innen bei ihren ersten Schritten in der digitalen Welt begleiten. Hier lag das Ziel im Berichtsjahr bei 1,5 Mio. erreichten Menschen, das wir mit rund 2,6 Mio. übererfüllt haben. Bei „WAKE UP!“ konnten wir unser Ziel von 2 Mio. ebenso übertreffen, indem wir 2021 rund 3,9 Mio. Menschen erreicht haben.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Wir unterscheiden zwischen involvierten und erreichten Menschen. Involvierte Menschen sind diejenigen, die wir auch geschult bzw. beraten haben. Als erreichte Menschen gelten auch Personen, die sich lediglich über unsere Angebote informiert haben, also inkl. unserer Medienreichweite. Da wir bei diesen Personen nicht wissen, ob sie unsere Lernangebote nur wahrgenommen haben oder sie auch genutzt haben, treffen wir diese Unterscheidung.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

## Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 1

Um den Erfolg unserer Maßnahmen zu evaluieren, nehmen wir eine detaillierte Bewertung der einzelnen Sozialprogramme und Veranstaltungen vor. Dabei nutzen wir Zielgrößen wie beispielsweise die Zahl der Teilnehmer:innen an Veranstaltungen und Fachtagungen, die Anzahl der Nutzer:innen unserer Lernvideos und -materialien, Websitebesuche sowie Medienberichte zur Ermittlung von Reichweiten. Bei unseren Programmen holen wir zudem regelmäßig das Feedback der Teilnehmer:innen ein, um künftig noch besser auf deren spezifische Bedürfnisse und Erwartungen eingehen zu können. Studien helfen uns, unsere Maßnahmen und Programme zielgerichtet weiterzuentwickeln.

Die Verantwortung für die Sozialprogramme liegt bei der Abteilung Corporate Responsibility & Sustainability (CR-&-S) des Unternehmens. Diese berichtet direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe und steuert die Programmentwicklungen sowie Prozesse mit den langjährigen Kooperationspartnern. Auch der interne Jugendschutzbeauftragte berichtet an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs. Wir tragen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet bei und unterstützen die verantwortungsvolle Technikenutzung dieser Gruppe durch speziell dafür gestaltete Programme und Projekte. Dieser Schutz ist als Verpflichtung in unserer [Richtlinie zu den Menschenrechten](#) verankert. Diese leitet unser Handeln ebenso wie die Verpflichtung zur freiwilligen Selbstregulierung beim Jugendmedienschutz im Mobilfunk (mehr dazu im [Kapitel „Produkt- und Serviceerlebnis“](#)).

Pandemiebedingt haben wir viele Formate des direkten und persönlichen Austauschs wie Workshops oder Diskussionsveranstaltungen auch im Berichtsjahr durch Onlineformate, Webserien und Erklärvideos ersetzt oder ergänzt.

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN Zeichen setzen gegen Cybermobbing

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

Laut einer Studie des Bündnisses gegen Cybermobbing aus dem Jahr 2020 wurden allein in Deutschland beispielsweise fast 2 Mio. 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. Jede:r zehnte Grundschüler:in sei nach Aussage der Eltern bereits Opfer von Cybermobbing gewesen. Bei den 13- bis 17-Jährigen gab sogar jede:r vierte Schüler:in an, Cybermobbing schon mal erlebt zu haben.

Dabei wollen junge Menschen einer GfK-Studie im Auftrag von O<sub>2</sub> aus dem Jahr 2020<sup>1</sup> zufolge aktiver gegen Cybermobbing vorgehen: Nur 56% werden selbst aktiv, wenn sie sehen, dass jemand online beleidigt oder angegriffen wird. 77% sagen, dass es für sie einfacher wäre, gegen Cybermobbing vorzugehen, wenn sie dies gemeinsam mit anderen tun könnten. Mit unserer Initiative „WAKE UP!“ setzen wir genau da an: In einer sechsteiligen Webserie lernen Schüler:innen, Lehrer:innen 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 Schüler:innen 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 Programm 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](https://wakeup.jetzt) gebündelt und kostenfrei zugänglich.

2021 ist die Online-Beratungsplattform des Vereins Cybermobbing-Hilfe e.V. als erstes bundesweites Angebot dieser Art gestartet worden. Die Telefónica Deutschland Gruppe unterstützt die Plattform mit Service-Know-how und Fördergeldern. Ein zehnköpfiges Team von ehrenamtlichen, überwiegend jugendlichen Expert:innen hat sich gezielt weitergebildet, um Betroffenen rasche Hilfe anbieten zu





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

## Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 1

können. Per Mausklick gelangen Hilfesuchende von der Website [www.cybermobbing-hilfe.de](http://www.cybermobbing-hilfe.de) auf die Beratungsplattform. Innerhalb von maximal 24 Stunden erhalten sie eine persönliche Antwort. Den Start der Plattform begleiteten wir mit einer Online-Veranstaltung aus dem Düsseldorfer LOFT. Hier wurde die Funktionsweise der Plattform den Jugendlichen anhand eines Live-Testspiels spielerisch vorgestellt. In „WAKE UP!“-Workshops erarbeiteten wir anschließend gemeinsam mit Schüler:innen und Expert:innen Lösungsstrategien für einen respektvollen Umgang im Netz und im Klassenzimmer.

Im Berichtsjahr veranstalteten wir eine Reihe von Workshops an Schulen, um die digitale Souveränität von Jugendlichen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt weiter zu stärken. Anlässlich des Weltkindertags am 20. September 2021 starteten wir gemeinsam mit unseren Partnern von „WAKE UP!“ einen bundesweiten Videowettbewerb. Ziel des Wettbewerbs war es, dass Jugendliche in Workshops lernen, Mobbing-situationen zu erkennen, die Folgen einzuschätzen und darauf zu reagieren. Das Gelernte setzten sie dann in selbstgedrehten Videos in Szene. Am Videowettbewerb sowie den dazugehörigen Videoworkshops konnten Schulen aus ganz Deutschland teilnehmen. Den Auftakt machte ein Projekttag am Dortmunder Max-Planck-Gymnasium. Anhand von Videos aus unserer Webserie wurden beispielhafte Cybermobbing-Fälle gezeigt. Die Jugendlichen erhielten zudem Tipps, wie sie u. a. gegen Mobbing im Klassenchat vorgehen können. Im Anschluss konnten die Jugendlichen ihr Wissen anwenden und drehten in Kleingruppen kreative Videos, in denen sie Lösungsstrategien gegen Cybermobbing aufzeigten. Zusätzlich zu verschiedenen Video-Workshops, die wir deutschlandweit an Schulen durchführten, erhielten im Oktober die Schüler:innen dreier Schulklassen bei einer Veranstaltung im Telefónica BASECAMP Einblick in die Möglichkeiten der Videoproduktion.

Im Dezember veranstalteten wir eine Instagram-Live-Session mit Cheyenne Ochsenknecht. Die Influencerin lud gemeinsam mit Expert:innen der FSM und der Cybermobbing-Hilfe e. V. auf ihrem Kanal zur Fragerunde rund um das Thema Cybermobbing ein. Hier konnten junge Menschen sich über ihre Erfahrungen austauschen und Ratschläge einholen. Insgesamt konnten wir im Berichtsjahr durch unsere Anti-Cybermobbing-Initiative 24.737 Menschen (2020: 7.277) erreichen.

## Sicher und gut informiert surfen

Damit Kinder und Jugendliche nur altersgerechte Angebote im Internet nutzen, unterstützen wir Eltern mit Ratgebern und Broschüren beim kompetenten Umgang mit der mobilen Freiheit ihres Nachwuchses. Zudem engagieren wir uns im Advisory Board von Klicksafe, der EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz. Mit speziellen Tarifen und Endgeräten ermöglichen wir jungen Menschen ein sicheres Surfen im Internet (mehr dazu im [Kapitel „Produkt- und Serviceerlebnis“](#)).

Unsere Mitarbeiter:innen in den Shops und in der Hotline sind so geschult, dass sie unseren Kund:innen bei Fragen zu digitalen Themen zur Seite stehen können. Im direkten Gespräch vor Ort und über Videochat haben sie auch 2021 Nutzer:innen unterschiedlichen Alters den bestmöglichen Umgang mit digitalen Technologien nähergebracht. Unsere Videoberatungsmöglichkeiten wurden im Berichtsjahr 3,06 Mio. Mal genutzt.

## Kompetenzen älterer Menschen stärken

Digitale Technologien können älteren Menschen helfen, länger unabhängig in den eigenen vier Wänden zu wohnen und ihren Alltag 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 bei der Generation 65+ eine relativ breite Kluft zwischen denen, die die digitalen Möglichkeiten bereits für sich zu nutzen wissen und denen, die sich aus unterschiedlichen Gründen noch gehemmt zeigen. Wie die Studie [D21-Digital-Index](#) zeigt, nutzt nur jeder zweite Mensch ab 70 Jahren das Internet zumindest ab und zu. Wesentliche Gründe für die Nichtnutzung des Internets bei älteren Menschen sind das fehlende Verständnis über den konkreten Nutzen des Internets und fehlende Kompetenzen für den Umgang mit digitalen Geräten und Anwendungen.

Mit unserem Programm „Digital mobil im Alter“ wollen wir genau diese Kompetenzen vermitteln. Unter dem Titel „Digital(es) einfach erklärt“ bieten wir auf unserer Website Videos an, die Nutzer:innen in den Gebrauch von Suchmaschinen, Videoplattformen und Betriebssystemen von mobilen Geräten einführen. Im Zuge der Aktionswoche rund um den Digitaltag am 18. Juni 2021 entwickelten wir zudem die sogenannten „Expeditionen ins Digitalreich“. Mit den Expeditionen, die nach wie vor online abrufbar sind, möchten wir bei älteren Menschen das Interesse für digitale Medien wecken und bereits versierte Nutzer:innen animieren, Einsteiger:innen auf dem Weg in die digitale Welt mitzunehmen. Dafür haben wir Handreichungen mit einzelnen Etappen erstellt, die zum Entdecken vielfältiger digitaler Möglichkeiten anregen und das eigenständige Lernen fördern sollen, die aber auch von Trainer:innen in Lernangeboten und Kursen genutzt werden können. Senior:innen können die Expeditionen allein, in Tandems mit digitalaffinen Teilnehmer:innen oder in größeren Lerngruppen absolvieren. Zum Abschluss unserer Digitalwoche veranstalteten wir am bundesweiten Digitaltag ein Online-Event, bei dem die Teilnehmer:innen gemeinsam mit dem Bundestagsabgeordneten Sönke Rix Erfahrungen austauschen konnten.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

## Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 1

Im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 starteten wir im September eine Informationskampagne für ältere Menschen zum Thema Desinformationen im Netz mit dem Titel „Faktisch betrachtet – Fit gegen Fake News“. Weil das Thema Desinformation im Netz nicht neu ist, gibt es bereits eine Vielzahl an (digitalen) Lern- und Aufklärungsangeboten, die jedoch meist ein jüngeres Publikum adressieren. Ältere Menschen werden davon kaum angesprochen. Laut der aktuellen „[Digital Skills Gap](#)“-Studie [der Initiative D21](#) glaubt nur etwa die Hälfte der Befragten ab 60 Jahren, dass sie seriöse von unseriösen Nachrichten im Internet unterscheiden kann – bei den Befragten ab 75 Jahren sind es nur noch 37 %. Das von uns erarbeitete Informationspaket umfasst Materialien wie einen Themenüberblick und eine Checkliste zur Enttarnung von Falschinformationen, Erklärvideos, ein Online-Quiz und eine Video-Gesprächsreihe, bei der Senior:innen mit Expert:innen sowie Politiker:innen in den Dialog traten. Die Materialien können auch von Trainer:innen im Rahmen von Weiterbildungsangeboten genutzt werden.

Am 25. Oktober 2021 fand die Abschlussveranstaltung mit einer Podiumsdiskussion im Telefónica BASECAMP in Berlin statt. Dabei blickten Vertreter:innen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft im Austausch mit Senior:innen auf den Wahlkampf zurück und erörterten, welchen Einfluss Desinformationen auf den Wahlausgang hatten. Auch gab es praktische Tipps, wie man sich vor Fake News schützen kann. Die Veranstaltung wurde als Hybrid-Format umgesetzt, sodass Personen aus ganz Deutschland digital teilnehmen und Fragen stellen konnten.

Eine wichtige Unterstützung bei der Gestaltung von Lernangeboten für Senior:innen 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 im Berichtsjahr um neue Handreichungen und Praxismaterialien ergänzt, u. a. zum Erkennen von Falschinformationen. Auch die „Expeditionen ins Digitalreich“ können als Ergänzung dem Leitfaden hinzugefügt werden.

Für Abwechslung im Corona-Alltag älterer Menschen sorgten wir mit digitalen Spielenachmittagen. Im Frühjahr 2021 luden wir im Rahmen der europäischen All Digital Week Senior:innen aus ganz Deutschland zu zwei Online-Veranstaltungen ein. Die Mitratenden teilten nicht nur Wissen, Erfahrungen und Ideen, sondern lernten nebenbei auch den Umgang mit einer Videokonferenz-Software kennen oder konnten ihr Wissen vertiefen. Bei der Vorbereitung und Umsetzung halfen Mitarbeiter:innen im Rahmen des Corporate-Volunteering-Programms der Telefónica Deutschland Gruppe mit (mehr dazu im [Kapitel „Gestaltung des Arbeitsumfelds“](#)). Ein weiteres digitales Spiel- und Austausch-Angebot fand mit einer digitalen Rätselrunde in der Adventszeit statt.

2021 konnten wir nach einem Jahr mit einer reinen Online-Variante die digitalen Spaziergänge für Senior:innen wieder vor Ort durchführen. So konnten Berliner Senior:innen mit der Actionbound-App ein Wohngebiet und einen Park im Berliner Bezirk Lichtenberg erkunden. Der Spaziergang wurde mit Senior:innen aus dem Quartier und der Stadtbibliothek Lichtenberg in mehreren Online-Workshops entwickelt. Die Teilnehmer:innen lernten Werkzeuge zur digitalen Zusammenarbeit und zur Bildbearbeitung kennen und setzten sie produktiv ein.

Das Programm von „Digital mobil im Alter“ stellten wir im Berichtsjahr auf verschiedenen Veranstaltungen vor. So waren wir auf Einladung des Bundesministeriums für Familien, Senioren, Frauen und Jugend bei einer Veranstaltungsreihe zum Achten Altersbericht der Bundesregierung dabei, ebenso im Rahmen der Reihe „CDR Impulse“ des Bundesjustizministeriums sowie bei einer Podiumsdiskussion anlässlich des Deutschen Seniorentags (mehr über die digitale Teilhabe von Senior:innen im [Kapitel „Digitaler Zugang“](#)). Insgesamt konnten wir im Berichtsjahr mit unserem Programm „Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren“ knapp 75.000 Teilnehmer:innen (2020: 47.000) verzeichnen<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Die Berechnung basiert teilweise auf Hochrechnungen. 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 Podcastaufrufe und Views der Erklärvideos. Bei der Summe der Tablet-Ausleihen wurden zzgl. der 486 getätigten Ausleihen an Einzelpersonen ca. 50 % der Geräte zusätzlich von einer weiteren Person mitgenutzt.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

**Gesellschaft und digitale Inklusion**

Daten und Fakten

# Digitaler Zugang

## Commitment

Durch spezielle Angebote ermöglichen wir allen Menschen Zugang zur digitalen Welt.

## Unsere Erfolge

Indem wir 2021 den Ausbau der 4G- und 5G-Netze beschleunigt und Internet in viele ländliche Regionen gebracht haben, konnten wir einen Beitrag dazu leisten, der digitalen Spaltung der Gesellschaft ein Stück weit entgegenzuwirken. Mit Laptops, kostenlosem Internetzugang und Förderung eines Nachhilfeprojekts haben wir Kindern und Jugendlichen den Zugang zu einem digitalen, selbstbestimmten Leben erleichtert. Mit unserer neuen O<sub>2</sub> Service-Hotline für hörgeschädigte Kund:innen und unserer Service-Hotline für Senior:innen haben wir Zugangsbarrieren abgebaut.

> 99% 

Abdeckung der Bevölkerung in Deutschland mit 4G, rund 30% 5G-Bevölkerungsabdeckung

Über 1.000 

Digitalpakete und Mobilgeräte für Kinder und Jugendliche zur Verfügung gestellt

## Fokus-SDGs

Wir möchten digitale Inklusion und den Abbau von Ungleichheiten in der Gesellschaft fördern und sicherstellen, dass niemand von mobiler Kommunikation ausgeschlossen oder in seinen Kommunikationsmöglichkeiten eingeschränkt wird. Unser Ziel ist es, jedem Zugang zur digitalen Welt zu bieten. Dafür schaffen wir die Basis mit einem leistungsstarken Netz in Städten wie im ländlichen Raum.



## UN Global Compact



■ Menschenrechte    ■ Umwelt und Klima  
■ Arbeitsnormen    ■ Korruptionsprävention

## CDR-Initiative

**CDR-Handlungsfeld:**  
Wir fördern Lösungen zur Unterstützung der digitalen Teilhabe und wirken Zugangshürden zu Produkten und Dienstleistungen entgegen.





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

**Gesellschaft und digitale Inklusion**

Daten und Fakten

**GRI** Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 1

# Digitaler Zugang

## GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

### Digitale Teilhabe fördern

Die Digitalisierung bietet Menschen eine höhere Flexibilität im Alltag, vernetzt sie untereinander und vereinfacht den Weg zu Informationen, Bildungsangeboten, Gesundheitservices und vielen anderen Produkten und Dienstleistungen. Damit alle Menschen die Vorteile der Digitalisierung nutzen können, setzen wir uns dafür ein, Ungleichheiten in der Gesellschaft abzubauen und digitale Teilhabe zu fördern.

Unser Ziel ist es, allen Bevölkerungsgruppen – unabhängig von Alter, Herkunft, Wohnort oder Einkommen – Zugang zu den in der digitalen Welt verfügbaren Informationen und Kommunikationsmöglichkeiten zu eröffnen. Voraussetzung dafür sind Kenntnisse und Fähigkeiten für den Umgang mit Technologien. Die Sicherheit digitaler Dienste sowie die Möglichkeit, von überall aus auf Kommunikationsdienste zugreifen zu können, sind weitere essenzielle Faktoren.

82 % der Wahlberechtigten in Deutschland erwarten von der neuen Bundesregierung mehr Einsatz für digitale Teilhabe. Neben dem Ausbau der digitalen Infrastruktur (90 %) und einer Stärkung der deutschen Cybersicherheit (85 %) ist das Verlangen nach digitaler Teilhabe damit einer der drei wichtigsten digitalpolitischen Wünsche der Wähler:innen. Das ist das Ergebnis einer im September 2021 von [Bitkom durchgeführten repräsentativen Befragung](#) von Wahlberechtigten nach der Bundestagswahl.

Mit einem leistungsstarken Netz, das Stadtbewohner:innen genauso gut anbindet wie Menschen im ländlichen Raum, wollen wir der digitalen Spaltung in der Gesellschaft entgegenwirken (mehr dazu

im [Kapitel „Netzqualität und -abdeckung“](#)). In verschiedenen Projekten und mit unterschiedlichen Produkten und Dienstleistungen bauen wir Zugangshürden ab. Unsere Maßnahmen richten sich vor allem an Schüler:innen und ältere Menschen, die oft nicht über die technischen Voraussetzungen verfügen, um die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen.

Die COVID-19-Pandemie hat die zentrale Bedeutung der Digitalisierung im Bildungsbereich ganz klar aufgezeigt und Versäumnisse sichtbar gemacht. Schulen sind vielfach nicht ausreichend ausgestattet, um digitales Lernen zu gewährleisten. Lehrer:innen stehen vor ganz neuen Herausforderungen. Laut [eGovernment MONITOR 2021](#) der Initiative D21 und der Technischen Universität München berichten auch im zweiten Pandemiejahr 85 % der Eltern und Schüler:innen von Hürden beim digitalen Unterricht. Indem wir Schüler:innen und Senior:innen mit Tablets und Internetzugang ausstatten, ermöglichen wir den Jüngeren die Teilnahme am Unterricht und den Älteren z. B. den Zugang zu Telemedizin oder den Videochat mit der Familie, was in Zeiten von Kontakteinschränkungen besonders wichtig ist.

## PROZESSE UND STEUERUNG

### Zielgerichtete Weiterentwicklung der Programme

Um unsere Ziele für mehr digitale Teilhabe zu realisieren, werten wir unsere bundesweiten Maßnahmen und Projekte regelmäßig aus und entwickeln sie auf Basis wissenschaftlicher Studien und Umfragen zielgerichtet weiter. Als zentrale Plattform für den gesellschaftlichen Dialog über Fragen der digitalen Inklusion dient uns das Telefónica BASECAMP. Wir

bitten die Teilnehmer:innen unserer Förderprojekte regelmäßig um Feedback und erfassen darüber hinaus die Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen und Fachtagungen sowie die Anzahl der Websitebesuche. Auch die Zugriffszahlen für unsere Broschüren und Leitfäden geben uns Aufschluss über den Umfang der Nutzung.

Die CR-&-S-Abteilung unseres Unternehmens ist verantwortlich für die Gesellschaftsprogramme der Telefónica Deutschland Gruppe, steuert deren Entwicklung sowie die Prozesse mit Kooperationspartnern und berichtet direkt an die Vorständin für Legal & Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe. Digitale Inklusion ist als Teil unserer Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft in unserer [Richtlinie zu den Menschenrechten](#) verankert.

## STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

### Digitale Kluft unter Schüler:innen verringern

Versäumnisse bei der Digitalisierung und Mängel beim Online-Unterricht gehen laut [INSM-Bildungsmonitor 2021](#) zulasten der Bildungs- und damit der Chancengerechtigkeit. Darunter litten Kinder und Jugendliche aus bildungsfernen Haushalten und mit Migrationshintergrund am meisten, heißt es in dem Bericht. Hier übernehmen wir als Unternehmen Verantwortung zur Stärkung der Kinderrechte, damit die Kluft zwischen Kindern aus einkommensschwachen und denen aus einkommensstarken 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.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

## Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

**GRI** Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

**UNGC-Prinzipien** 1



So stehen Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Familien im Fokus des Sozialprojekts „HAY-DEE!“, das wir mit unserer Ethnomarke AY YILDIZ im Berichtsjahr mit Sachspenden in Form von Smartphones, Tablets und Startersets unterstützt haben. In sozial schwachen Familien mit Migrationshintergrund fehlt es oft nicht nur an der erforderlichen Technik. Viele Eltern erleben sprachliche Barrieren und können ihren Kindern beim Lernen nicht ausreichend zur Seite stehen. HAYDEE! verbindet Mentor:innen mit Mentees, vermittelt deutschlandweit Unterstützung bei Hausaufgaben und macht es möglich, dass Schüler:innen kostenlosen Zugang zu Nachhilfe erhalten.

### Schulen für die Digitalisierung fit machen

Auch mithilfe unserer Produkte und Services wollen wir einen Beitrag für den Digitalisierungsschub im Bildungsbereich leisten. So ermöglicht O<sub>2</sub> 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 O<sub>2</sub> Business-Expert:innen 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. Seit März 2021 setzt auch der Kinderschutzbund auf das „Digitalpaket für Schulen“ und ermöglicht Kindern aus Familien, die von der Organisation betreut werden, auf diese Weise die Teilnahme am Homeschooling.

Gemeinsam mit dem Telekommunikationsdienstleister Bonamic hat die Telefónica Deutschland Gruppe eine Ausschreibung der Stadt Bochum gewonnen und ein Digitalpaket für bedürftige Familien entwickelt. Kinder und Jugendliche aus einkommensschwachen Familien bekommen von der Stadt einen mobilen Router und einen Mobiltarif finanziert. Dieser Router knüpft über das O<sub>2</sub> Mobilfunknetz die Verbindung ins Internet – mit unbegrenztem Datenvolumen, aber mit einer Sperre, die Missbrauch verhindert. Die Projektpartner übernehmen zudem die Einrichtung der von den Schulen bereitgestellten Tablets und schalten eine Service-Hotline. Insgesamt wurden 1.000 Digitalpakete für Kinder und Jugendliche an die Stadt Bochum ausgeliefert. Über das Digitalpaket für bedürftige Familien hinaus haben Bonamic und die Telefónica Deutschland Gruppe einen günstigen Education-Tarif entwickelt, den alle Schüler:innen und Student:innen in Bochum nutzen können.

Die Digitalisierung an den Schulen war auch im Berichtsjahr Gegenstand von digitalen Informationsveranstaltungen und Diskussionsrunden im BASECAMP, etwa beim Kitchen Talk zum „Lernen der Zukunft“ im Oktober 2021. Dabei diskutierten Bildungsexpert:innen am Küchentisch unserer Eventlocation über Lehr- und Lernmethoden, die Schüler:innen aktivieren und das Bildungssystem resilienter machen.

### Kommunikation für Migrant:innen erleichtern

Unsere Marke AY YILDIZ bietet türkischstämmigen Mitbürger:innen in Deutschland seit 15 Jahren Produkte für die mobile Telefonie und Internetnutzung in Deutschland und der Türkei. Ebenso lange ist Ortel Mobile, ein bedeutender Prepaid-Anbieter für Menschen mit Migrationshintergrund, der ebenfalls zur Telefónica Deutschland Gruppe gehört, am Markt. Mit beiden Ethnomarken ermöglichen wir zugewanderten Menschen den einfachen Zugang zur mobilen Kommunikation in Deutschland. Hierfür erweitern wir kontinuierlich die digitalen Zahlungsmethoden. Seit 2021 können die Kund:innen ihr Guthaben mit PayPal, Kreditkarte, Sofortüberweisung und einem innovativen WhatsApp-Dialog aufladen. Über unsere Tarife und Vertragsbedingungen informieren wir mit mehrsprachigen Dokumenten und über unsere Service-Hotline auf Türkisch.

### Digitales Corona-Care-Paket für Senior:innen

Seit fast 10 Jahren setzen wir uns gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen für mehr digitale Teilhabe von Senior:innen 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. Zu den Multiplikatoren von „Digital mobil im Alter“ zählen Vertreter:innen aus Ministerien und Politik, Wohlfahrtsverbände, soziale Träger, Seniorenbeiräte/-vertretungen, Einrichtungen für Senior:innen sowie Vereine und Ehrenamtliche.

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 O<sub>2</sub>, die Stiftung Digitale Chancen und die Partner Emporia und Huawei zu Beginn der Krise ein digitales Versorgungspaket konzipiert, das



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

## Gesellschaft und digitale Inklusion

Daten und Fakten

GRI Managementansatz:  
Lokale Gemeinschaften (103-2; 103-3);  
GRI 102-12; 413-1

### UNGC-Prinzipien 1

speziell auf die Anforderungen älterer Menschen abgestimmt wurde. Dieses Paket haben wir auch im Berichtsjahr angeboten. Damit helfen wir Senior:innen nicht nur dabei, mit Freunden und Familie in Kontakt zu bleiben. Wir erleichtern ihnen auch den Zugang zu wichtigen Informationen und Dienstleistungsangeboten. Das hilft ihnen, die Verbindung zur Außenwelt nicht zu verlieren und ihr Leben selbstbestimmt zu gestalten.

Besonders geschulte O<sub>2</sub> Helfer:innen stehen telefonisch für Fragen von Senior:innen zur Verfügung und beraten sie bei allen Themen rund um Handys und Tablets. Die Partner stellen Einrichtungen und Organisationen für Senior:innen Smartphones und Tablets auf Leihbasis zur Verfügung, auf denen gerade für die Krisensituation hilfreiche Apps vorinstalliert sind. Mit dieser Ausstattung können die Senior:innen beispielsweise per Videochat kommunizieren, sich über die aktuelle Pandemielage informieren, Onlinekäufe tätigen, Unterhaltungsangebote wahrnehmen, spielen und ihre geistigen Fertigkeiten trainieren.

Um Seniorentainer:innen bestmöglich für ihren Einsatz in den Senioreneinrichtungen vorzubereiten, haben wir neben dem Angebot der Schulungsmaterialien zum Leitfaden Webinare durchgeführt. Auch Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe konnten im Rahmen unseres Volunteering-Programms 2021 an einem Webinar sowie an Präsenzworkshops teilnehmen, um zu lernen, wie sie ältere Menschen gut bei den ersten Schritten in die digitale Welt begleiten können. Wir unterstützen verschiedene Interessenvertretungen für die Belange älterer Menschen, indem wir uns an Fachveranstaltungen und Austauschtreffen beteiligten, beispielsweise an der Akademie 2. Lebenshälfte der Seniorenvertretung Brandenburg und dem Fachtag der Aktion Mensch zum Thema digitale Inklusion. In einem Workshop mit dem Seniorenbeirat Soest wurden diese Ansätze und Herausforderungen bei der Förderung digitaler Kompetenzen älterer

Menschen vorgestellt, verschiedene Umfragetools ausprobiert und eine digitale Reise um die Welt unternommen.

Die Partner haben im Jahr 2021 im Rahmen des Projekts rund 730 Senior:innen in 55 Einrichtungen in ganz Deutschland Smartphones und Tablets<sup>1</sup> samt SIM-Karten kostenlos zur Verfügung gestellt. Ein weiterer wichtiger Baustein des Programms „Digital mobil im Alter“ ist die Vermittlung von Kompetenzen für den sicheren Umgang mit digitalen Medien, z. B. zum Erkennen von Falschnachrichten (mehr dazu im [Kapitel „Digitale Kompetenzen“](#)).

### Barrieren in der digitalen Kommunikation abbauen

Wir sind bestrebt, den Zugang zu Informationen und Vertragsinhalten so leicht und intuitiv wie möglich zu gestalten, damit alle Personen einfach mit uns in Kontakt treten können und schnell allgemeine Informationen zu Produkten und Services sowie zu den eigenen Vertragsdaten finden. Zu diesem Zweck bieten wir auch Videotelefonie sowie die digitale Assistenz „Aura“ an. Mit unserem digitalen Serviceangebot auf [o2online.de](https://o2online.de) ermöglichen wir auch Anfänger:innen im digitalen Umfeld intuitiven Zugang zu Vertragsangelegenheiten und anderen Informationen. Unser [Leitfaden für Einsteiger:innen](#) erklärt digitale Alltagsbegleiter und technologische Entwicklungen allen, die sich bislang nicht oder kaum damit beschäftigt haben.

Um unser Angebot für gehörlose Menschen zu verbessern, haben wir 2021 eine eigene O<sub>2</sub> Servicenummer eingerichtet. Kund:innen können sich über die Telefonnummer 089 66 66 300 74 des Gebärdensprachdolmetschdienstes „Tess Relay-Dienste“ an uns wenden und erhalten schnelle Hilfe zu Mobilfunk-, Internet- und Festnetz-Themen. Damit stellen wir sicher, dass Anrufe von gehörlosen Menschen priorisiert werden und speziell geschulte

Agent:innen erreichen. In Zukunft soll das digitale Serviceangebot durch anwendungsspezifische Videos in Deutscher Gebärdensprache erweitert und eine neue Community für gehörlose Menschen auf dem Portal etabliert werden. Langfristig wollen wir gehörlosen Kund:innen das gleiche erstklassige Service-Erlebnis bieten wie hörenden Kund:innen.

Menschen mit Hörbehinderung erhalten von uns eine Nachrichtenpauschale, damit sie ohne Limit SMS versenden können. Über unseren SMS-Notfallservice können gehörlose Kund:innen zudem eine SMS mit dem Präfix 329 und der Faxnummer ihres Notfallkontaktes an uns senden. Ein spezialisierter Dienstleister schickt die Nachricht dann per Fax weiter. Sehbeeinträchtigte Nutzer:innen können sich bestimmte Inhalte unserer Website vorlesen lassen.

O<sub>2</sub> bietet zudem Endgeräte an, die durch komfortable Vorinstallation wichtiger Anwendungen Senior:innen und Menschen mit Beeinträchtigungen das Leben leichter machen, wie z. B. das Android-Smartphone emporiaSMART.3 und das Klapphandy emporiaTOUCHsmart. Alle Modelle des Anbieters verbindet eine einfache Bedienbarkeit, ein übersichtliches Display, die Kompatibilität mit Hörgeräten und eine Notrufunktion.

Auch bei der Tarifgestaltung wollen wir die Möglichkeiten für Senior:innen erweitern, die Digitalisierung einfach und unbeschwert zu nutzen. Kund:innen ab 60 Jahren erhalten dauerhaft 10 EUR Rabatt auf die monatliche Grundgebühr der aktuellen O<sub>2</sub> Free Mobilfunktarife. Dieser Preisvorteil erleichtert es der Zielgruppe, sich anstelle eines Basistarifs gleich von Anfang an für mehr Datenvolumen zu entscheiden. Mit unserer Bewegtbild-Reihe „Video4You“ inspirieren wir Senior:innen und andere Kundengruppen zur Nutzung digitaler Medien und erklären z. B., wie man O<sub>2</sub> TV einrichtet oder seine SIM-Karte aktiviert.

<sup>1</sup> In 50% der Fälle werden die Tablets von Personen im Umfeld des Leihnehmers mitgenutzt (Lebenspartner). Diese Zweitnutzer sind in die Anzahl der Senior:innen eingerechnet.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

# Daten und Fakten

**Top**

-Bewertungen in  
ESG-Ratings

**60,4 Punkte**

Employee Net Promoter Score (eNPS) zur  
Arbeitgeberattraktivität

**100%**

unseres Stroms stammt  
aus erneuerbaren Energien

**6,5 Mio.**

Menschen mit unseren Programmen  
für digitale Kompetenzen erreicht

**rund 30%**

5G-Bevölkerungsabdeckung



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

# Responsible Business Plan 2025: Status 2021

## Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

### Transparenz und Dialog

Status 2021

#### Commitment:

Als vertrauensvoller Partner stehen wir im transparenten Dialog mit unseren relevanten Stakeholdergruppen.

#### Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

#### Guter Dialog mit allen relevanten Anspruchsgruppen.

- Im Jahr 2021 finden im BASECAMP und auf BASECAMP on Air physisch und online Veranstaltungen zu Themen rund um Telekommunikation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit statt.
- Wir nehmen Gesprächsrunden und Vorträge auf öffentlichen Konferenzen wahr, in denen wir in die Diskussion mit relevanten Stakeholder:innen gehen.
- Unternehmens- und gesellschaftlich relevante Themen erörtern wir auf unserem Basecamp-Blog.
- Auch auf unseren Social-Media-Kanälen gehen wir in den Austausch mit unseren Stakeholder:innen.
- Bis Ende 2021 entwickeln und verabschieden wir eine Communication Regulation Policy.

#### Transparenz zeigen und Bewertungen der CR-Performance der Telefónica Deutschland Gruppe ermöglichen.

- Umfangreiches nichtfinanzielles Reporting: jährliche Erstellung eines nichtfinanziellen Berichts sowie eines Corporate-Responsibility-Reports unter Berücksichtigung gesetzlicher Anforderungen und international anerkannter Berichtsstandards
- ESG-Rating-Management: regelmäßige Teilnahme an relevanten ESG-Ratings

### Governance

Status 2021

#### Commitment:

Corporate Responsibility ist fest in allen Geschäftsbereichen verankert. Über den Responsible Business Plan 2025 steuern wir die Umsetzung und Zielerreichung.

#### Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

#### Verantwortungsvolle Unternehmensführung (Good Governance)

- Verabschiedung eines Vergütungssystems, das u. a. ESG-Kriterien beinhaltet
- Wir verbessern kontinuierlich unser Business-Continuity-Managementsystem und streben bis Ende 2021 eine externe Zertifizierung nach ISO 22301:2019 an.

ISO-Zertifizierung wird aufgrund von fehlenden Kapazitäten auf 2022 verschoben.

#### Unternehmensführung für Nachhaltigkeitstransformation (Governance for good)

- Sichtbarkeit von Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen stärken
- Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in bestehende Managementsysteme

Zielbewertung der CR-Ziele zu einem Commitment



Zielbewertung der operationalisierten Ziele zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

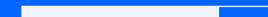
**Daten und Fakten**

**Compliance und ethische Prinzipien**

Status 2021

**Commitment:**

Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle anwendbaren Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertvorstellungen.



**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Zertifizierung für unser Compliance-Management-System (CMS)**

- Wir verbessern kontinuierlich unser CMS und streben bis Ende 2021 eine externe Zertifizierung nach dem IDW-Prüfungsstandard 980 an.
- Wir überprüfen regelmäßig unser internes Compliance-Schulungskonzept und passen es kontinuierlich und risikobasiert an den betrieblichen Bedarf und an gesetzliche Vorgaben an. Damit wollen wir Compliance-Risiken wirksam und präventiv entgegenwirken sowie Compliance-Vorfälle bestmöglich verhindern.



**Risk Assessments und Anpassung von Managementsystemen**

- Wir analysieren die rechtlichen Verpflichtungen, die für die Telefónica Deutschland Gruppe in Bezug auf Geldwäsche bestehen, und setzen einen internen Kontrollrahmen auf, um mögliche Risiken bestmöglich mitigieren zu können.
- Wir implementieren relevante Leitlinien der Menschenrechtsrichtlinie in bestehenden Unternehmensrichtlinien und Managementansätzen bis Ende 2022.



Projekte planmäßig auf Kurs

**Menschenrechte im Fokus**

- Erstellung von Richtlinien zur Stärkung der Kinderrechte und Verhinderung von Kinderarbeit bis Ende 2021
- Weiterentwicklung des Beschwerdekanals Human Rights und des Wiedergutmachungsprozesses bis Ende 2022



Weiterentwicklung des Beschwerdekanals Human Rights und des Wiedergutmachungsprozesses planmäßig auf Kurs

**Datenschutz und Informationssicherheit**

Status 2021

**Commitment:**

Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kund:innen bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können.



**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Datenschutz: Ausbau von Managementsystem und Dialog**

- Wir werden im Jahr 2021 das Datenschutzmanagement weiter digitalisieren und eine entsprechende Softwarelösung einführen.
- Wir aktualisieren den Konzernstandard Datenschutz im Hinblick auf aktuelle und neue Herausforderungen.
- Wir suchen proaktiv den Austausch mit unseren Stakeholder:innen, insbesondere mit unseren Aufsichtsbehörden, und pflegen eine offene, transparente Abstimmung.



Konzernstandard Datenschutz: finale Abstimmung in allen Gremien durchgeführt, finale Vorstands freigabe erfolgt Anfang Q2 2022

**Informationssicherheit: Ausbau der Standards, Assessments und Programme**

- Der Bereich Corporate Security fokussiert sich im Jahr 2021 auf folgende Maßnahmen:
  - fortlaufende Optimierung des bestehenden Informationssicherheits-Managementsystems (ISMS) im periodischen Verbesserungszyklus, orientiert am Standard ISO 27001:2013
  - Optimierung der operativen Sicherheit im Rahmen des „Zero-Impact-Programms“
  - Umsetzung von Security Assessments bei der Telefónica Deutschland Gruppe



Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

**Lieferkettenmanagement**

Status 2021

**Commitment:**

Wir berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien in unseren Einkaufsvorgängen und setzen uns für ökologische, soziale und insbesondere menschenrechtliche Standards in unserer Lieferkette ein.



**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Transparenz: Risikoanalyse und Monitoring**

- Bei Bedarf Durchführung von menschenrechtlichen Risikoanalysen in bestimmten Produktgruppen (fortlaufend)
- Erarbeitung und Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen der Ergebnisse der menschenrechtlichen Risikoanalyse Services & Works bis Ende 2022



Projekte planmäßig auf Kurs

**Vereinheitlichung: Abstimmungen und Policies**

- Harmonisierung der Nachhaltigkeitskontrollen zwischen MCT und Non-MCT (bis 2023), Ziel: 100% der Einkaufsprozesse sind durch die Supply Chain Sustainability Policy abgedeckt.
- Erstellung und Implementierung der Verfahrensanweisung zur Supply Chain Sustainability Policy (2021)
- 2021: Aufbau von unternehmensweiten Prozessen und Strukturen zur Sicherstellung der Compliance mit dem geplanten Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)



- Eine Harmonisierung findet zuerst auf Ebene der Telefónica, S.A. Group statt und wurde bislang noch nicht für die Telefónica Deutschland Gruppe adaptiert.
- Die Erstellung der Verfahrensanweisung wurde begonnen, eine Implementierung soll bis spätestens Ende 2023 erfolgen.
- Die Komplexität und Anwendung des LkSG erfordert eine Fortführung des Ziels 2022.

**Klima und Umwelt**

**Energie und CO<sub>2</sub>**

Status 2021

**Commitment:**

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung in allen Bereichen, um Energieverbrauch zu reduzieren und CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu vermeiden.



**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Wir erreichen bis spätestens 2025 Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen.**

- Steuerung des unternehmensweiten Prozesses zur Erreichung von Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025
- Erhöhung der Qualität des Grünstroms:
  - Wir kaufen auch weiterhin 100% Grünstrom ein und entwickeln 2021 unsere Grünstrom-Strategie weiter.
  - Entwicklung einer Power-Purchase-Agreement-(PPA)-Strategie im Jahr 2021
- Stromerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen: Pilotprojekte an ausgewählten Standorten 2021
- Kompensation nicht vermeidbarer Emissionen (Scope 1 und 2): 20% der nicht vermeidbaren Emissionen werden 2021 kompensiert.
- Fuhrpark 50/75% (teil-)elektrifiziert bis 2025:
  - Konzepterstellung und Beginn der Umsetzung der Schaffung einer Ladeinfrastruktur für Elektroautos und Hybride an Bürostandorten 2021
  - Ausstattung aller Elektroautos und Hybride des Fuhrparks mit e-Tankladekarten im Jahr 2021 zur Möglichkeit der Nutzung öffentlicher Elektrolademöglichkeiten.



Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

**Wir geben Energieeffizienz höchste Priorität und reduzieren unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen bis 2025 um 82 % gegenüber 2015.**

- Erzielung von Energieeinsparung durch das energieeffizientere 5G-Netz: Bis Ende 2021 wird eine Bevölkerungsabdeckung mit der 5G-Technologie von 30 % erreicht.



Ziel mit 29,2% zum 31.12.2021 knapp erreicht.

**Energieverbrauch der Bürostandorte**

- Konzeption und Umsetzung der Standortkonsolidierung in München, Konzeption der Standortkonsolidierung in Nürnberg
- Bewertung einer Abschaltung und eines potenziellen Rückbaus der bestehenden USV- und Netzersatzanlagen



Bewertung der Abschaltung und potenzieller Rückbau bestehender USV- und Netzersatzanlagen auf Ende 2022 verschoben

**Wir reduzieren die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Lieferkette durch Kollaboration und Optimierungen.**

- Entwicklung einer ganzheitlichen Cloud-Strategie für die Kernsysteme unter Berücksichtigung hoher Effizienzstandards und CO<sub>2</sub>-Minimierung
- Cloud-Services werden ab 2025 entweder direkt vom Anbieter klimaneutral betrieben oder die anfallenden Emissionen werden kompensiert, um das Ziel „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025“ zu stützen.



Cloud-Roadmap ist erarbeitet; alte Datacenter in Hamburg (Ende 2021) und München (Ende 2024) werden geschlossen.

**Unsere Produkte und Dienstleistungen leisten einen wesentlichen Beitrag für unsere Kund:innen, um ihre persönlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken.**

- Entwicklung einer Eco-Smart-Strategie bis 2025.



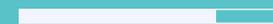
Maßnahmen hierfür kommen aus dem Circular-Economy-Konzept, welches 2021 erarbeitet wurde.

**Circular Economy**

**Commitment:**

Wir richten immer mehr Aspekte unserer Geschäftstätigkeit an Prinzipien der Circular Economy aus.

**Status 2021**



**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Circular Economy**

- Konzepterstellung bis Ende 2021



**Logistik**

- Half-SIM: Vermeidung von Plastikmüll: Für 2021 planen wir, dass wir 6,8 Mio. Half-SIM-Karten an Kund:innen/Partner ausliefern.
- Wiederverwertung DSL-Router: Für 2021 planen wir, dass wir 78.000 DSL-Router aufbereiten und wieder in den Verkehr bringen.
- Versand klimaneutral: Der bereits eingeführte klimaneutrale Versand unserer Produkte (I@H und Mobile) an unsere Kund:innen wird ab 2021 die Standardversandmethode.
- Plastik: Die Reduktion von Kunststoffen aller Art in Logistikprozessen werden wir weiter vorantreiben. Da Kunststoffe nicht zu 100% vermieden werden können, werden wir bis spätestens 2025 in den eigenen Logistikprozessen komplett auf den Einsatz von nicht recyceltem Plastik verzichten.



2021 haben wir 77.383 DSL-Router aufbereitet und wieder in den Verkehr gebracht.

**Digitalisierung der Geschäftsprozesse**

- Wir weiten den Anteil von Online-Rechnungen weiter aus, mit dem Ziel von ca. 91,5% Ende 2021 (Ziel 2022: 92%). Damit fördern wir nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten.



Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

**Endkunden-Hardware**

- Einführung des neuen Eco-Ratings
- Einführung eines Inzahlungnahme-Programms für gebrauchte Handysets
- Fortführung und Ausbau des Verkaufs von gebrauchten Handysets
- Fortführung des Angebots von nachhaltigen Handysets wie z. B. dem Fairphone
- Fortführung des Verzichts auf automatische Verlängerungen von Handysset-Kaufverträgen bei Hardware-Angeboten sowie Beibehaltung von mehrjährigen Ratenkaufverträgen



**Büroausstattung**

- Konzept zur Umstellung verbrauchsbasierter Büromaterialien auf nachhaltige Produkte, inklusive erster Substitutionen im Jahr 2021



**Ressourcenschutz**

- Wassersparprogramm: Konzepterstellung und Bewertung der Möglichkeiten zur Wassereinsparung an den Bürostandorten und in den Shops



**Kund:innen und Geschäftspartner**

**Produkt- und Serviceerlebnis**

Status 2021

Commitment:

Wir bieten unseren Kund:innen das beste Preis-Leistungs-Verhältnis und Serviceerlebnis und ermöglichen ihnen, nachhaltiger zu leben.



**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Stärkung der Kundenzufriedenheit**

- Wir verbessern durch unterschiedliche Maßnahmen kontinuierlich unseren Kundenservice nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kund:innen.



**Stärkung des nachhaltigkeitsorientierten Produkt- und Serviceportfolios**

- Entwicklung eines Konzepts für die Stärkung nachhaltiger Produkte und Services gemeinsam mit den relevanten Fachbereichen
- Entwicklung eines Konzepts zum Umgang mit den Anforderungen der EU-Taxonomie



**Stärkung der Sichtbarkeit von Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung bei den Kund:innen**

- Durchführung von Maßnahmen und Projekten im Jahr 2021 zur Sensibilisierung der Kund:innen für Themen der Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung
- Bis Ende 2021: Verabschiedung einer ethischen Richtlinie für Marketing-Kommunikation



Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

**Netzqualität und -abdeckung**

Status 2021

Commitment:

Wir bieten unseren Kund:innen eine moderne Netzinfrastruktur und ermöglichen ihnen einen Netzzugang überall und zu jeder Zeit.

**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Ausbau und Roll-out des 4G- und 5G-Netzes** gemäß den gesetzlichen Verpflichtungen;

Abdeckung von 30% der Bevölkerung mit 5G.

Ziel mit 29,2% zum 31.12.2021 knapp erreicht

**Leistungsstarkes Netz für Deutschland**

- Sicherstellung einer hohen Netzqualität durch Investitionen in die Netzinfrastruktur, da wir unseren Kund:innen eine bestmögliche Netzerfahrung in Deutschland bieten wollen

**Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen**

Status 2021

Commitment:

Wir tragen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei und richten digitale Innovationen nach ethischen Prinzipien aus.

**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Wir fördern nachhaltige digitale Geschäftsideen.**

- 2021 fördert Wayra Germany verschiedene Start-up-Projekte.
- Im Jahr 2021 ist Corporate Responsibility/Nachhaltigkeit ein Fokus-Scouting-Thema von Wayra Germany.

In innovativen Partnerschaften und u. a. basierend auf der Grundlage der 5G-Technologie nutzen wir die digitalen Möglichkeiten für ein nachhaltigeres und angenehmeres Leben unserer Kund:innen, z. B. durch Analyseapplikationen für vernetzte Mobilität und Minderung der CO<sub>2</sub>-Flottenemissionen oder die Bereitstellung einer digitalen Infrastruktur zur Vernetzung von intelligenten Messsystemen im Energiebereich.

**Unsere Prinzipien für ethische Digitalisierung halten wir ein, wenn wir digitale Tools einsetzen.**

- Im Bereich Mobility Insights entwickeln wir gemeinsam mit unseren Partnern und unter strenger Beachtung der geltenden Datenschutzbestimmungen Lösungen, die es Unternehmen und staatlichen Institutionen erlauben, Erkenntnisse über das Mobilitätsverhalten in der Bevölkerung zu gewinnen. Hiermit unterstützen wir Projekte, die beispielsweise eine Steigerung der Lebensqualität in Städten oder eine aktive Bekämpfung der aktuellen COVID-19-Pandemie zum Ziel haben.

Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

**Mitarbeiter:innen**

**Arbeitsbefähigung für die Zukunft**

Status 2021

**Commitment:**

Wir schaffen einen Rahmen, in dem sich Mitarbeiter:innen 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 Mitarbeiter:innen als verantwortungsvoller Arbeitgeber zu erhalten und zu fördern.

**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**Qualifizierung und Kompetenzmanagement**

Auf- und Ausbau digitaler und datenzentrierter Kompetenzen sowie weiterer relevanter Zukunfts-Skills, Verankerung von Mobilität und Agilität im Unternehmen.



Fortführung der Ziele 2022

Bis 2022:

- digitale und datenzentrierte Kompetenzen im Unternehmen durch weiteren Ausbau entsprechender Learning Journeys aufbauen
- Mobilität fördern durch weiteren Ausbau der internen Mobilitätsplattform
- das Experimentieren mit agilen Strukturen gezielt auf der erweiterten Führungskräfte-Ebene in einer Führungskräfte-Journey trainieren; individuelle Angebote zur Stärkung der agilen Kompetenzen stehen allen Führungskräften zur Verfügung.

**Führung in der neuen Arbeitswelt**

Führungsentwicklung und -erneuerung in Richtung Eigenverantwortung, Ressourcenmanagement, Ergebnisorientierung und Teamentwicklung, insbesondere vor dem Hintergrund digitaler bzw. hybrider Arbeitsmodelle.

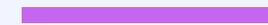


Bis 2022:

- interne Mobilität als Standard für Führungskräfte etablieren
- Führungskräfte gezielt entwickeln, ausgehend von den Anforderungen der neuen Arbeitswelt
- die Führungsqualität durch strukturierte Bewertungen verbessern

**Gesundheitsmanagement**

Der Telefónica Deutschland Gruppe ist es ein besonderes Anliegen, ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten und die Gesundheit aller unserer Mitarbeiter:innen zu erhalten und zu fördern. Wir betreiben ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement zur Umsetzung der Ziele und Grundsätze unserer Gesundheitspolitik. Wir führen insbesondere ein nachhaltiges Ziel- und Messsystem (KPIs) zum Arbeits- und Gesundheitsschutz ein, welches mindestens jährlich erhoben wird.



- Weiterentwicklung des KPI-Dashboards unter Berücksichtigung neuer Anforderungen infolge sich verändernder Arbeitswelten
- Weitere Digitalisierung von „feel good“-Leistungen und „feel good“-Services, speziell für die Anforderungen „Working Anywhere“ und „Working Anytime“

Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

**Gestaltung des Arbeitsumfelds**

Status 2021

Commitment:

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 Mitarbeiter:innen sowie die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle.

**Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:**

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

**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. Dabei bringen wir unternehmerische Interessen, die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter:innen sowie einen gesellschaftlichen Beitrag in Einklang.

Bis 2022:

- Konsequente Realisierung unserer Initiativen „Working Anywhere“, „Working Anytime“ sowie „Outcome-based leadership“
- Konsequente Umsetzung unserer Initiativen „70% less internal travel“ und „Digital by default“

**Nutzung des vollen Potenzials aller Beschäftigten**

Stärkung von Engagement und Nutzung des diversen, individuellen Leistungspotenzials über alle Geschlechter und Generationen hinweg (Young Professionals ebenso wie Kolleg:innen mit langjähriger Berufserfahrung in der Generation 50+).

Bis 2024:

- Aufbau eines Talentpools für weibliche Führungskräfte, dessen Talente auf Senior-Management-Ebene entwickelt werden können
- Frauenanteil in Senior-Leadership-Positionen (inkl. Vorstand) von 31% bis 2022, von 33% bis 2024

Bis 2022:

- Aktivierung eines Konzepts, das insbesondere für Mitarbeiter:innen, die der Generation 50+ angehören, eine „Second Career“ im Unternehmen ermöglicht, hiermit zusätzliche Förderung von interner Mobilität
- Ausbau des Young-Professional-Programms in den Kompetenzfeldern Data, Technology und Commercial, zusätzlich zu den fortlaufenden Möglichkeiten eines dualen Studiums oder einer Ausbildung sowie anschließender Karrieremöglichkeiten im Unternehmen
- Gewinnung weiterer Kandidat:innen für das Young-Professional-Programm, Übernahmequote von 90% für Auszubildende
- Erstellung einer Nichtdiskriminierungspolicy und Start der Implementierung in der Organisation
- Weitere Verringerung der Gehaltsunterschiede zwischen den Geschlechtern



- Mit einer Übernahmequote von 71% für Auszubildende und duale Studierende wurde das Übernahmeziel von 90% 2021 noch nicht erreicht.
- Stand zum 31. Dezember 2021 verzeichnen wir einen Frauenanteil von 28,8% im Senior-Leadership-Team (mit Vorstand). Damit wurde das Ziel um 0,2 Prozentpunkte verfehlt.

Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

## Verantwortungsvoller Umgang mit der Transformation

Schaffen eines Umfelds als verantwortungsvoller Arbeitgeber, in dem Mitarbeiter:innen ihre langfristige Beschäftigungsfähigkeit stärken, ihr Wohlbefinden erhalten und die Chancen der Digitalisierung auch für sich nutzen können. Darüber hinaus Nutzung des Potenzials unserer Mitarbeiter:innen, um einen Beitrag zum verantwortungsvollen Umgang mit unserem Umfeld in der digitalen Transformation zu leisten.

Bis 2022:

- Steigerung des Teamspirits und der Identifikation mit dem Unternehmen
- Beschäftigungsfähigkeit erhöhen durch zusätzliche Angebote zur Entwicklung und zum Ausbau bestehender bzw. zum Erlernen neuer Fähigkeiten
- 100-prozentiger Zugang zu Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten

## Gesellschaft und digitale Inklusion

### Digitaler Zugang

Commitment:

Durch spezielle Angebote ermöglichen wir allen Menschen Zugang zur digitalen Welt.

Status 2021

### Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

#### Zugang für alle Menschen

- Wir ermöglichen ausländischen Mitbürger:innen und Tourist:innen 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.
- Bis Ende 2021 Bereitstellung von erweiterten digitalen Aufladeservices bei unseren Ethno-Marken.

### Digitale Kompetenzen

Commitment:

Wir machen Menschen fit für die digitale Welt.

Status 2021

### Unsere operationalisierten CR-Ziele und Maßnahmen im Detail:

Zielsetzung 2021

Zielerreichung 2021

#### Die optimale Betreuung unserer Kund:innen bei digitalen Themen ist weiterhin ein zentraler Baustein unserer Servicestrategie.

- Digitale und technische Themen sind in allen Bereichen eine Selbstverständlichkeit, um den Kund:innen in der sich rasant weiterentwickelnden digitalen Welt zur Seite zu stehen.
- Unsere geschulten Mitarbeiter:innen unterstützen in Zusammenarbeit mit unseren digitalen Assistenten unsere Kund:innen bei allen Neuerungen und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Nutzung digitaler Services und digitaler Produkte. Dies geschieht über die Kanäle Voice, Messaging, Video-Chat, Apps und das Portal.

#### Anti-Cybermobbing-Initiative WAKE UP!

- Mit diversen Maßnahmen im Rahmen unserer Initiative wollen wir 2021 insgesamt 2 Mio. Menschen erreichen.

#### Initiative „Digital mobil im Alter“

- Mit diversen Maßnahmen im Rahmen unserer Initiative wollen wir 2021 insgesamt 1,5 Mio. Menschen erreichen.

Zielbewertung der **CR-Ziele** zu einem Commitment



Zielbewertung der **operationalisierten Ziele** zu einem Commitment





Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

#### Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

# Responsible Business Plan 2025: CR-Ziele 2022

## Prinzipien verantwortungsvoller Unternehmensführung

**Mission:** Unser Geschäft als digitales Unternehmen basiert auf den Prinzipien einer verantwortungsvollen Unternehmensführung, die wir konsequent und systematisch in allen Geschäftsprozessen umsetzen.

## Governance

**Commitment:** Corporate Responsibility ist fest in allen Geschäftsbereichen verankert. Über den Responsible Business Plan 2025 steuern wir die Umsetzung und Zielerreichung.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Wir wollen Nachhaltigkeitsaspekte weiter in die bestehenden Managementsysteme integrieren und damit die Sichtbarkeit von Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen stärken.

Die EU-Taxonomie bietet uns die Möglichkeit, unser Profil als nachhaltiger Telekommunikationsanbieter weiter zu schärfen. Wir integrieren die Anforderungen der EU-Taxonomie in unsere Unternehmensstrategie und die Anforderungen an die Berichterstattung in unsere Reportingsysteme.

Als Unternehmen, das Deutschland Konnektivität zur Verfügung stellt, ist die Resilienz unserer Geschäftstätigkeit essenziell. Dafür haben wir ein Business-Continuity-Managementssystem etabliert.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- ESG-Risikomanagement: Konzeptentwicklung und Umsetzung

- Integration von Taxonomieanforderungen in unternehmensstrategische Entscheidungsprozesse
- Implementierung von Berichtsanforderungen in Reportingsysteme

- Externe Zertifizierung des Business-Continuity-Managementsystems bis Ende 2022 nach ISO 22301:2019

## Transparenz und Dialog

**Commitment:** Als vertrauensvoller Partner stehen wir im transparenten Dialog mit unseren relevanten Stakeholdergruppen.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Um die Beziehungen zu unseren Stakeholder:innen zu stärken und zu erweitern und mehr über ihre Bedürfnisse zu erfahren, setzen wir auf einen transparenten Austausch und Dialog. Dazu bieten wir ihnen attraktive Veranstaltungen, Dialog- und Informationsformate sowie Kampagnen an.

Wir wollen unseren Stakeholder:innen einen umfassenden Überblick über unsere Nachhaltigkeitsperformance ermöglichen und berichten daher transparent und offen über unsere Geschäftstätigkeit und unsere ESG-Performance.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- Durchführung von Stakeholderveranstaltungen zu verschiedenen strategischen Nachhaltigkeitsthemen
- Erörterung von unternehmens- und gesellschaftlich relevanten Themen auf unseren Unternehmensblogs

- Jährliche Erstellung eines nichtfinanziellen Berichts sowie eines Corporate Responsibility Reports unter Berücksichtigung gesetzlicher Anforderungen und international anerkannter Berichtsstandards
- Regelmäßige Teilnahme an relevanten ESG-Ratings
- Durchführung von Stakeholdergesprächen zu unserem Nachhaltigkeitsengagement (ESG-Roadshows)



Menschen verbinden  
Zuverlässig, nachhaltig, inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

## Compliance und ethische Prinzipien

**Commitment:** Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle anwendbaren Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertvorstellungen.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Um Compliance-Risiken wirksam und präventiv entgegenzuwirken sowie Compliance-Vorfälle bestmöglich zu verhindern, überprüfen wir regelmäßig unser internes Compliance-Schulungskonzept und passen es kontinuierlich und risikobasiert an den betrieblichen Bedarf und an gesetzliche Vorgaben an. Wir stärken die Sichtbarkeit und Wahrnehmung für Compliance-Themen im Unternehmen durch zielgruppengerechte und bedarfsorientierte Informationsangebote. Wir ergänzen unser Compliance-Management-System mit digitalen Compliance-Prozessen und Maßnahmen (Compliance on Demand).

Wir verankern ethische Prinzipien im Arbeitsalltag.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- Überprüfung und ggf. Anpassung des Schulungskonzepts
- Intranet-Beiträge, Durchführung von Informationsveranstaltungen und Aktionen für Mitarbeiter:innen
- Digitale Compliance-Maßnahmen
- Implementierung relevanter Leitlinien der Menschenrechtsrichtlinie in bestehende Unternehmensrichtlinien und Managementansätze
- Weiterentwicklung des Beschwerdekansals Human Rights und des Wiedergutmachungsprozesses

## Datenschutz und Informationssicherheit

**Commitment:** Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kund:innen bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Wir tragen dazu bei, dass unsere Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Partner sich der verantwortlichen Verwendung ihrer Daten bei uns sicher sein können. Unsere gesamte Datenschutzstätigkeit ist darauf ausgerichtet, nachhaltige Konformität mit den Anforderungen und selbst gesetzten Leitlinien zu erreichen. Wir stellen unsere sorgfältige und umfassende Kontrolle der Datenverarbeitung sicher, indem wir wesentliche Risiken identifizieren und regelmäßig einen Review des Auditprozesses durchführen.

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, unserer Zielvorgaben, Verantwortlichkeiten und Trainings sowie eine regelmäßige Kontrolle der realisierten Maßnahmen.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- Wir standardisieren den Datenschutz-Prozess weiter und digitalisieren ihn, um ihn noch schneller und anwendungsfreundlicher zu machen.
- Wir stimmen die Datenschutzmaßnahmen und -schwerpunkte eng mit den Prioritäten und Strategien des Unternehmens ab.
- Unser oberstes Ziel ist es, keine Verfahren, Sanktionen oder Bußgelder wegen Datenschutzverstößen zu verzeichnen.
- Hohes Informationssicherheitsbewusstsein bei allen Mitarbeiter:innen: Mehr als 90% der Belegschaft haben die Online-Schulung zur Informationssicherheit erfolgreich abgeschlossen.
- Unser oberstes Ziel ist es, keine Verfahren, Sanktionen oder Bußgelder aufgrund von Sicherheitsvorfällen zu verzeichnen.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

## Lieferkettenmanagement

**Commitment:** Wir berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien in unseren Einkaufsvorgängen und setzen uns für ökologische, soziale und insbesondere menschenrechtliche Standards in unserer Lieferkette ein.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Die Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht in unserer Lieferkette ist für uns ein wesentlicher Ansatz zur Stärkung einer nachhaltigen Unternehmensführung.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- Aufbau von unternehmensweiten Prozessen und Strukturen zur Sicherstellung der Compliance mit dem kommenden Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
- Erstellung der Verfahrensanweisung zur Menschenrechtsrichtlinie (bis Ende 2022) und deren Implementierung (bis Ende 2023)
- Erstellung der Verfahrensanweisung zur Supply Chain Sustainability Policy (SCSP) (bis Ende 2022) und deren Implementierung (bis Ende 2023)
- Durchführung von menschenrechtlichen Risikoanalysen (fortlaufend)
- Maßnahmen im Rahmen der Ergebnisse der menschenrechtlichen Risikoanalyse Services & Works
- Harmonisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen aus der SCSP bis Ende 2023 für MCT- und Non-MCT-Einkaufsvorgänge, nachdem die systemischen Voraussetzungen durch Telefónica, S.A. Group geschaffen worden sind
- 100% aller Einkaufslieferanten sollen bis Ende 2023 die SCSP akzeptiert haben.
- Nahezu 100% der Hochrisikolieferanten sollen bis Ende 2024 eine externe Nachhaltigkeitsbewertung bei EcoVadis aufweisen.

## Klima und Umwelt

**Mission:** Wir bieten das grünste Netz für unsere Kund:innen.

### Energie und CO<sub>2</sub>

**Commitment:** Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung in allen Bereichen, um Energieverbrauch zu reduzieren und CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu vermeiden.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Um einen Beitrag zur Dekarbonisierung zu leisten, setzen wir uns das Ziel, Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erreichen. Wir wollen weiterhin 100% Grünstrom beziehen, die Qualität des Grünstroms weiter erhöhen und die Stromselbsterzeugung aus erneuerbaren Energiequellen erreichen. Die nicht vermeidbaren Emissionen werden spätestens 2025 zu 100% kompensiert.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- Ausarbeitung der Energie-Strategie und des langfristigen Anteils selbst erzeugten Stroms im Strom-Mix
- Kompensation von 40% der Scope-1- und Scope-2-Emissionen
- Weiterhin Bezug von 100% Grünstrom
- Ausschreibung von Power Purchase Agreements (PPAs) 2022, verbunden mit dem Ziel, erste PPAs 2024 zu schließen
- Als Beitrag zu einer grünen Mobilität und zur Verbesserung unserer Energieeffizienz wollen wir den Fuhrpark der Telefónica Deutschland Gruppe bis 2025 zu 75% (teil-)elektrifizieren und bis Ende 2022 einen Anteil von 50% Hybrid- und E-Autos am Gesamtfuhrpark erreichen.
- Prüfung der Realisierbarkeit der Schaffung einer Ladeinfrastruktur für Elektroautos und Hybride

Um unser Netz noch nachhaltiger weiterzuentwickeln, setzen wir auf Energieeffizienz und streben eine Reduktion unseres Energieverbrauchs pro Datenvolumen um 87% gegenüber 2015 an. Dazu werden wir in den kommenden Jahren nicht nur ein effizientes 5G-Netzwerk installieren, sondern auch unsere bestehenden Systeme kontinuierlich über den Stand der Technik hinaus verbessern.

- Steigerung unserer Energieeffizienz im Netz auf 79,4%
- Energieeinsparung durch Ausbau des energieeffizienteren 5G-Netzes
- Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Flächeneffizienz und Energieeinsparungen an Bürostandorten im Jahr 2022
- Bei anfallenden Ersatzbeschaffungen Wechsel auf energieeffizientere Geräte



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

Wir haben die Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette im Blick. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Lieferkette wollen wir durch Kollaboration und Optimierungen reduzieren. Außerdem sehen wir unsere Produkte und Services als einen Hebel, um die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Kund:innen zu senken.

- Cloud Services werden ab 2025 entweder klimaneutral betrieben oder die anfallenden Emissionen werden kompensiert, um das Ziel „Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2025“ für die Telefónica Deutschland Gruppe zu stützen.
- Entwicklung einer Eco-Smart-Strategie
- Analyse der Lieferkettenemissionen und Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen in Scope 3 um 39% im Jahr 2025 im Vergleich zu 2016 und Erreichen von Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen im Jahr 2040

## Circular Economy

**Commitment:** Wir richten immer mehr Aspekte unserer Geschäftstätigkeit an Prinzipien der Circular Economy aus.

### Strategische Prioritäten bis 2025

Um unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, richten wir unsere Sortimentsgestaltung und das Produktdesign von Eigenmarken-Produkten an den Prinzipien einer ressourcenschonenden Circular Economy aus und fördern u. a. Wiederverwendung und Recycling mobiler Endgeräte. Bis 2025 erhöhen wir die Rücknahmequote von Mobilgeräten.

Wir optimieren unsere Materialeinsätze im Betriebsalltag, um Ressourcen zu schonen. Bis 2025 soll die Recyclingquote der operativen Abfälle auf 98% an allen Shop- und Bürostandorten erhöht werden.

Bis 2025 soll die Recyclingquote der netzbezogenen Abfälle auf 98% erhöht werden.

Um die Entwicklung umweltfreundlicherer Produkte voranzutreiben, wollen wir unser Angebot von nachhaltigkeitsorientierten Produkt- und Serviceportfolios weiter ausbauen.

### Maßnahmen und Ziele 2022

- Fortführung des Angebots von nachhaltigen Mobiltelefonen sowie Ausbau und Skalierung des nachhaltigen Handyankaufs zwischen 2022–2024; Stärkung der freiwilligen Teilnahme von Herstellern am Eco-Rating
- Wiederaufbereitung von 80.000 Routern, ferner auch Smartphones und Rückführung an unsere Kund:innen
- Auslieferung von Halysize-SIM-Karten sowie Einführung der aus 100% recyceltem Kunststoff bestehenden Eco-SIM-Karte
- Der 2020 eingeführte klimaneutrale Versand unserer Produkte an unsere Kund:innen wird 2022 als Standardversandmethode weitergeführt.
- Die Reduktion von Kunststoffen aller Arten in Logistikprozessen werden wir weiter vorantreiben. Wir werden bis spätestens 2025 in den eigenen Logistikprozessen komplett auf den Einsatz von nicht recyceltem Plastik verzichten.
- Beschaffung von nachhaltigen Verbrauchs- und Büromaterialien
- Wir weiten den Anteil von Online-Rechnungen (Ziel 2022: 92%) aus, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern.
- Reduktion des Wasserverbrauchs und Wassersparprogramm: Bewertung der Möglichkeiten zur Wassereinsparung an den Bürostandorten; Sensibilisierungshinweis im Shop-Handbuch. Angestrebt wird eine jährliche Wassereinsparung von 5% im Bezug auf das Jahr 2019.
- Erarbeitung der Recyclingquoten in Zusammenarbeit mit unseren Technikdienstleistern im Rahmen der allgemeinen Abfallberichterstattung (ISO 14001)
- Wir werden das Konzept der Circular Economy in Zusammenarbeit mit den relevanten Fachbereichen bis Ende 2022 implementieren.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

## Kund:innen und Geschäftspartner

**Mission:** Wir bieten unseren Kund:innen Produkte und Services, die einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen.

### Produkt- und Serviceerlebnis

**Commitment:** Wir bieten unseren Kund:innen das beste Preis-Leistungs-Verhältnis und Serviceerlebnis und ermöglichen ihnen, nachhaltiger zu leben.

#### Strategische Prioritäten bis 2025

Wir begleiten und bereichern das digitale Leben unserer Kund:innen. Durch kontinuierliche Qualitätsmaßnahmen und schlanke Prozesse sichern wir einen exzellenten Service über alle Kanäle hinweg und beraten unsere Kund:innen im Hinblick auf ihren gesamten Haushalt aus einer Hand.

Die Kundentreue bildet eine unserer strategischen Prioritäten. Wir überzeugen unsere Kund:innen mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis, sehr gutem Service und Netz sowie einem breiten Produktportfolio, das optimal die Kundenbedürfnisse und Wünsche adressiert.

Um unsere Kund:innen bei der Nutzung digitaler Services und Produkte noch besser zu unterstützen, entwickeln wir unsere Servicestrategie weiter, setzen neben geschulten Mitarbeiter:innen verstärkt auf die Nutzung digitaler Assistenten und Tools und stärken digitale Vertriebskanäle.

#### Maßnahmen und Ziele 2022

- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch konkrete Verbesserungsmaßnahmen
- Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und Minimierung der Kundenabwanderungsrate
- Tutorials und Blogs mit Servicethemen
- Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Servicestrategie

### Netzqualität und -abdeckung

**Commitment:** Wir bieten unseren Kund:innen eine moderne Netzinfrastruktur und ermöglichen ihnen einen Netzzugang überall und jederzeit.

#### Strategische Prioritäten bis 2025

Um unseren Kund:innen den Zugang zur digitalen Welt zu gewährleisten, stellen wir ein schnelles, modernes und leistungsstarkes Netz bereit. Wir investieren konsequent in unsere Netzinfrastruktur und streben bis 2025 eine Versorgung der Bevölkerung mit 5G von nahezu 100% an.

#### Maßnahmen und Ziele 2022

- Abdeckung von 50% der Bevölkerung in Deutschland mit 5G
- Ausbau des 4G- und 5G-Netzes gemäß den gesetzlichen Verpflichtungen
- Sicherstellung einer hohen Netzqualität durch Investitionen in die Netzwerkinfrastruktur für eine bestmögliche Netzerfahrung in Deutschland

### Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen

**Commitment:** Wir tragen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei und richten digitale Innovationen nach ethischen Prinzipien aus.

#### Strategische Prioritäten bis 2025

Gemeinsam mit unseren B2B-Kund:innen wollen wir die digitalen Möglichkeiten für Nachhaltigkeit nutzen, u. a. durch Smart Devices, Beiträge zur Digitalisierung der Energiewende, vernetzte Mobilität und Möglichkeiten des neuen Mobilfunkstandards 5G.

Um eine nachhaltige Wirtschaft und Gesellschaft voranzubringen, braucht es Innovationen. In Zusammenarbeit mit Wayra Deutschland fördern wir daher jedes Jahr Start-ups, u. a. auch solche, die sich mit einer innovativen Lösung für ein wesentliches Nachhaltigkeitsthema einsetzen.

#### Maßnahmen und Ziele 2022

- Entwicklung neuer Lösungen und Durchführung diverser Projekte zu den genannten Themen
- Förderung von Start-up-Projekten durch Wayra Deutschland, von denen mindestens drei von Frauen geführt werden, um die Geschlechtervielfalt im deutschen Start-up-Ökosystem zu erhöhen. Darüber hinaus ist Nachhaltigkeit ein Schwerpunktthema, mit dem Ziel, mindestens ein Start-up jedes Jahr bis 2025 zu unterstützen, das sich mit wichtigen Nachhaltigkeitsthemen beschäftigt.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

## Mitarbeiter:innen

Mission: Wir treiben als attraktiver Arbeitgeber die digitale Arbeitswelt von morgen voran.

### Arbeitsbefähigung für die Zukunft

**Commitment:** Wir schaffen einen Rahmen, in dem Mitarbeiter:innen und Führungskräfte sich 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 Mitarbeiter:innen als verantwortungsvoller Arbeitgeber zu erhalten und zu fördern.

Strategische Prioritäten bis 2025	Maßnahmen und Ziele 2022
Für die Qualifizierung und Weiterentwicklung der Kompetenzen unserer Mitarbeiter:innen soll ihnen weiterhin 100% Zugang zu Weiterentwicklung und Lernen geboten werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortführung bestehender Lernmöglichkeiten und 100% Zugang zu digitaler Weiterbildung und Lernen bieten sowie kontinuierliche Weiterentwicklung der Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten für Mitarbeiter:innen</li> </ul>
Bis 2025 sollen pro Jahr mind. 50 Rotationen erfolgen, um die Entwicklung von Führungskräften und Mitarbeiter:innen zu fördern. Bis 2025 sollen die Mobilitätswerte und Bewertung des eigenen Fähigkeiten-Sets in Mitarbeiterumfragen mind. konstant auf den Werten von 2021 gehalten werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schaffung weiterer Optionen für Mobilität und Karrierediversität</li> </ul>
Bis 2025 sollen 90% der Mitarbeiter:innen an digitalen und datenzentrierten Weiterbildungsmaßnahmen teilgenommen haben, um den Auf- und Ausbau von relevanten Zukunftsfähigkeiten aktiv zu fördern.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Start der Agile Learning Journey</li> <li>Fortführung bestehender bzw. Start neuer digitaler und datenzentrierter Weiterbildungsmaßnahmen</li> </ul>
Wir bieten ein sicheres Arbeitsumfeld, erhalten und fördern die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen und treiben die Digitalisierung unserer Leistungsangebote für ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement voran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umstellung analoger auf digitale Unterweisungsformate (Web-based Trainings)</li> </ul>

### Gestaltung des Arbeitsumfelds

**Commitment:** 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 Mitarbeiter:innen sowie die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle.

Strategische Prioritäten bis 2025	Maßnahmen und Ziele 2022
Wir setzen uns für Diversität ein und wollen den Frauenanteil in Senior-Leadership-Positionen bis 2024 auf 33 % erhöhen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Start eines neuen Programms für mehr Karrierediversität</li> <li>Frauenanteil in Senior-Leadership-Positionen bis Ende 2022: 31 %</li> </ul>
Mit unseren neutralen und objektiven Entgeltstrukturen tragen wir zur Geschlechtergerechtigkeit bei. Wir streben an, den Gender Pay Gap weiter zu reduzieren (Globales Ziel ist ein GPG von < 1%).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maßnahmen zur Stärkung der Geschlechterdiversität sowie zur Unterstützung von Vereinbarung von Privat- und Berufsleben</li> </ul>
Zur Nutzung des vollen Potenzials aller Beschäftigten fördern wir das Engagement und die Nutzung des diversen, individuellen Leistungspotenzials über alle Geschlechter, Generationen, Karrierelevel und Lebensphasen hinweg.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weitere Umsetzung der „5 Bold Moves“</li> <li>Anhaltend hohe Investitionen in Weiterentwicklung, Lernen und Mobilität, um allen Mitarbeiter:innen zu ermöglichen, relevante Zukunftskompetenzen und langfristige Beschäftigungsfähigkeit aufzubauen.</li> <li>Ausbau des Young-Professionals-Programms</li> </ul>



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

**GRI** Managementansätze: Wirtschaftliche  
Leistung (103-2)

Wir wollen alle Mitarbeiter:innen noch stärker bei der Vereinbarung von Privat- und Berufsleben unterstützen, um unsere Attraktivität als Arbeitgeber konstant zu halten. Dabei streben wir weiterhin sehr gute Ergebnisse in Mitarbeiterumfragen hinsichtlich der wahrgenommenen Balance zwischen Berufs- und Privatleben bei gleichzeitigem positivem Einfluss auf die Produktivität an sowie eine Quote von mind. 30% der Belegschaft, die sich als Freiwillige gemeinnützig engagieren.

- Schaffen weiterer Mobilitäts- und Weiterentwicklungsangebote für alle Altersstufen und Lebensphasen
- Volunteeringmaßnahmen im Einklang mit dem Purpose der Telefónica Deutschland Gruppe
- Weitere Umsetzung der „5 Bold Moves“

## Gesellschaft und digitale Inklusion

**Mission:** Wir ermöglichen die Teilhabe an der digitalisierten Welt, indem wir Zugang und Fähigkeiten vermitteln.

### Digitale Kompetenzen

**Commitment:** Wir machen Menschen fit für die digitale Welt.

#### Strategische Prioritäten bis 2025

Wir wollen bis 2025 15 Mio. Menschen fit für die digitale Welt machen und setzen daher auf vielfältige Initiativen und Programme.

#### Maßnahmen und Ziele 2022

- 150.000 Menschen innerhalb der Sozialprogramme für Jüngere und Ältere involvieren und 2,5 Mio. Menschen erreichen bzw. inspirieren
- Evaluation und Erweiterung der Angebote für Senior:innen: Dialog mit Expert:innen stärken und alle Angebote mit Kommunikation zum Jubiläum von „Digital mobil im Alter“ verknüpfen
- Wir setzen die „WAKE UP!“-Maßnahmen für Kinder und Jugendliche fort und erweitern diese inhaltlich sowie technisch.
- Evaluation und Erweiterung der Angebote auf der Online-Beratungsplattform des Vereins Cybermobbing-Hilfe e. V.
- Aktualisierung unseres Internetguides und stärkere Verknüpfung mit unserer Kommunikation zum Jugendschutz

### Digitaler Zugang

**Commitment:** Durch spezielle Angebote ermöglichen wir allen Menschen Zugang zur digitalen Welt.

#### Strategische Prioritäten bis 2025

Wir wollen Menschen in der Stadt und auf dem Land einen stabilen und schnellen Internetzugang ermöglichen und setzen dafür auf den Versorgungsausbau in den ländlichen Regionen Deutschlands.

#### Maßnahmen und Ziele 2022

- Fortsetzung unserer Partnerschaften für die größte Breitbandpräsenz in Deutschland
- Ausbau des 4G- und 5G-Netzes im ländlichen Raum

Für diverse Zielgruppen, u.a. Senioren:innen, Menschen mit Beeinträchtigung und Kleinunternehmer:innen möchten wir unser Angebot weiter ausbauen.

- Relevante Angebote für alle Kund:innen und alle Altersgruppen unter Berücksichtigung der Optimierung von Dienstleistungen für Menschen mit einer Beeinträchtigung, z. B. O<sub>2</sub> Service-Hotline für hörgeschädigte Kund:innen und Beratung via Video, spezielle Angebote für SoHo-Kund:innen und Startups
- Stärkung der Ethnomarken durch digitale Aufladedienste



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-9; 201-1; 204-1

# Kennzahlentabelle

Ökonomische Kennzahlen	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Umsatzerlöse	Mio. EUR	7.296	7.320	7.458	7.532	7.765
Zahlungen an Mitarbeiter:innen – Personalaufwendungen <sup>1</sup>	Mio. EUR	642	610	592	611	585
Standorte mit Zertifikaten Qualität (DIN EN ISO 9001), Umwelt (DIN EN ISO 14001), Energie (DIN EN ISO 50001)	%	100	100	100	100	100
Kund:innen: Gesamtzahl Anschlüsse	In Tausend	47.604	47.089	48.258	48.805	50.219
Kund:innen: Mobilfunkanschlüsse	In Tausend	43.155	42.819	43.827	44.275	45.694
Mobilfunkstandorte gesamt <sup>2</sup>	Anzahl gerundet	32.000	38.000	34.000	31.000	30.700
5G Bevölkerungsabdeckung (3,6 GHz, DSS/1800 MHz, 700 MHz) <sup>3</sup>	gerundet in %	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	30
Abwanderungsrate der Marke O <sub>2</sub> (O <sub>2</sub> Consumer Postpaid) <sup>4</sup>	%	1,5	1,4	1,3	1,1	0,9

Lieferkette <sup>5</sup>	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
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 (MCT-Lieferanten). 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	3.329	3.828	3.303	4.093	4.529
davon: Volumen bei Lieferanten in Deutschland	Mio. EUR	2.245	2.373	2.161	2.193	2.604
Lieferanten	Anzahl	736	714	682	752	760
davon: Lieferanten in Deutschland	Anzahl	608	586	561	598	600
Anteil inländischer Lieferanten	%	83	82	82	80	79
Anteil der Einkaufslieferanten, die die Antikorruptionserklärung akzeptiert haben <sup>6</sup>	%	0	98	98	99	100
Anteil der Einkaufslieferanten, die die Supply Chain Sustainability Policy akzeptiert haben <sup>7</sup>	%	n.a.	n.a.	n.a.	100	100
Anteil am Volumen inländischer Lieferanten	%	67	62	65	54	58
Anzahl von Lieferantenbewertungen im Rahmen des SuMa-Prozesses	Anzahl	56	48	44	54	49
Lieferanten, die als potenzielle Hochrisikolieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeit identifiziert wurden <sup>8</sup>	Anzahl	101	85	68	67	59

<sup>1</sup> Die Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter, soziale Sicherheit, Altersversorgung sowie Restrukturierungsaufwendungen.

<sup>2</sup> Die Anzahl der Standorte beinhaltet nur Standorte ohne Richtfunkanbindung (Rfu-Repeater), BSC-(Base Station Controller)-/RNC-(Radio Network Controller)-Standorte.

<sup>3</sup> Die gewählte bevölkerungsbezogene Auswertung umfasst nicht nur die haushaltsbezogene Versorgungsberechnung mit festem Ortsbezug, wie sie an die Bundesnetzagentur gemeldet wird. Sie bezieht auch Pendlerströme der Bevölkerung ein, so dass ein Teil der Bevölkerung sowohl an ihrem Wohn- als auch an ihrem Arbeitsort gezählt wird (Maximalbevölkerung). Damit berücksichtigt die Telefónica Deutschland Gruppe, dass die Dienstleistungen nicht nur stationär am Wohnort, sondern auch unterwegs nachgefragt werden.

<sup>4</sup> Ab diesem Berichtsjahr reporten wir die für das wesentliche Thema Kundenzufriedenheit relevantere Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub> (O<sub>2</sub> Consumer Postpaid).

<sup>5</sup> Die historischen Lieferantendaten für die Geschäftsjahre 2017 bis 2020 wurden nachträglich geringfügig (< -1.%) korrigiert durch Anpassung zugehöriger Gesellschaften der Telefónica Deutschland Holding AG. In den Korrekturen wurden nun bspw. Telefónica Global Roaming, Telefónica Global Services und Telxius Towers Germany GmbH mit Sitz in Deutschland nicht berücksichtigt, da sie keine Gesellschaften der Telefónica Deutschland Holding AG sind.

<sup>6</sup> Betrifft alle neuen Lieferanten, die im Berichtsjahr beauftragt wurden.

<sup>7</sup> Alle neuen Lieferanten sind als Vertragspartner dazu verpflichtet, die Supply Chain Sustainability Policy zu akzeptieren.

<sup>8</sup> Im Jahr 2021 haben wir die Analyseverfahren angepasst, um uns auf die Lieferanten zu konzentrieren, die einen wesentlichen Einfluss auf das Geschäft und die Strategie des Unternehmens haben. Dies hat ebenso Auswirkungen auf die weiter folgenden Indikatoren.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

**GRI** 102-9; 204-1; 102-48; 205-2; 406-1;  
412-2; 415-1; 417-3

**UNGC-Prinzipien** 6, 10

Lieferkette	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Anteil der Hochrisikolieferanten, die sich einer externen Nachhaltigkeitsbewertung unterzogen haben (EcoVadis)	%	n.a.	9	10	36	77
Anzahl der potenziellen Hochrisikolieferanten mit einem Verbesserungsplan	Anzahl	n.a.	n.a.	n.a.	18	13
Anteil der potenziellen Hochrisikolieferanten mit Verbesserungsplan	%	n.a.	n.a.	n.a.	27	22

Compliance	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Gesamtzahl an Korruptionsfällen	Anzahl	0	0	0	0	0
Bestätigte Verdachtsfälle, die zu arbeitsrechtlichen bzw. sanktionellen Maßnahmen führten.						
Anteil der Mitarbeiter:innen und Direktor:innen, die zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult wurden <sup>9</sup>	%	78,5	78,0	96,8	95,8	97,7
Trainingsstunden für Schulungen zu Geschäftsgrundsätzen und Menschenrechten in den letzten drei Jahren	Anzahl	n.a.	5.625	7.630	7.390	6.870
Vorfälle zu Diskriminierung, Verletzung der Geschäftsgrundsätze, Ermittlungen gegen Telefónica Deutschland aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	Anzahl	0	1	0	0	0
Anteil der Mitarbeiter:innen und Direktor:innen, die zum „Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz“ (AGG) geschult wurden <sup>9</sup>	%	n.a.	77,8	94,5	87,4	94,9
Trainingsstunden für die Schulung zum „Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz“ (AGG) in den letzten drei Jahren	Anzahl	n.a.	2.524	5.589	5.059 <sup>10</sup>	5.003
Beschwerden über den Meldekanal zu Menschenrechtsverstößen	Anzahl	n.a.	n.a.	n.a.	0	1
Begründete Einwände gegen Werbeverhalten	Anzahl	5	13	9	4	1
Zuwendungen an politische Parteien	EUR	0	0	0	0	0
Eingeleitete Verfahren aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes (§169 TKG) <sup>11</sup>	Anzahl	1	0	0	3	0
Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes im laufenden Berichtsjahr	Anzahl	0	0	0	0	0
Anteil der Mitarbeiter:innen und Direktor:innen, die zum Datenschutz im Berichtsjahr geschult wurden <sup>12</sup>	%	n.a.	72,7	90,3	80,3	88,5
Trainingsstunden für Datenschutzeschulungen im Berichtsjahr	Anzahl	n.a.	5.244	7.121	6.198	6.225
Meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit <sup>13</sup>	Anzahl	9	36	26	25	16
Sanktionen in Form von Bußgeldern, die im Zusammenhang mit Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit gezahlt wurden	Anzahl	0	0	0	0	0
Anteil der Mitarbeiter:innen und Direktor:innen, die zur Informationssicherheit geschult wurden <sup>12</sup>	%	n.a.	83,6	91,0	90,2	91,0
Trainingsstunden für die Schulung zur Informationssicherheit in den letzten zwei Jahren	Anzahl	n.a.	4.520	5.382	5.222	4.796

<sup>9</sup> Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater:innen sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717). In die Berechnung fließen jeweils die absolvierten Trainings der letzten drei Berichtsjahre 2019 bis 2021 ein.

<sup>10</sup> Aufgrund eines Berechnungsfehlers wurden die Trainingsstunden für die Schulungen zum AGG rückwirkend für das Berichtsjahr 2020 korrigiert.

<sup>11</sup> Unter eingeleiteten Verfahren während des Berichtszeitraums sind nur laufende und nicht abgeschlossene Verfahren zu verstehen. Die drei Verfahren, die für das Geschäftsjahr 2020 berichtet wurden, waren auch im aktuellen Berichtsjahr noch laufend. 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.

<sup>12</sup> Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Deutschland Gruppe ohne Mitarbeiter:innen in Auszeit und externe Berater:innen sowie ohne Zeitarbeitskräfte (Mitarbeiterbasis 7.030, Vj. 7.717). In die Berechnung für Datenschutz fließen die absolvierten Trainings nur des Berichtsjahres 2021 ein, da diese Schulung jährlich verpflichtend ist. In die Berechnung für Informationssicherheit werden die absolvierten Trainings der Berichtsjahre 2020 und 2021 berechnet, da zweijährlich verpflichtend.

<sup>13</sup> Telefónica S.A., Group berichtet die Anzahl der Datenschutzverletzungen mit der Definition „Gesamtzahl der als schwerwiegend eingestuft relevanten Sicherheits-/Cybersicherheitsvorfälle“. Nach dieser Definition ist die Anzahl für die Telefónica Deutschland Gruppe mit 0 zu berichten, nach Definition der Telefónica Deutschland Gruppe „Gesamtzahl meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit“ sind 16 Vorfälle zu berichten.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-8; 102-41; 405-1

UNGC-Prinzipien 3, 6

Gesellschaft	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
RepTrak Pulse® – Wahrnehmung unserer Unternehmensperformance durch die Gesellschaft	Punkte von 100	n.a.	n.a.	n.a.	64,9	69,0
Spenden an gemeinnützige Projekte <sup>14</sup>	EUR	426.934	240.093	175.500	111.842	186.928
Teilnehmer:innen am Corporate-Volunteering-Programm (Mitarbeiter:innen) <sup>15</sup>	Anzahl	290	184	859	2.360	3.270
Zeitspenden <sup>16</sup>	EUR	69.600	49.920	55.440	16.560	6.960
Teilnehmer an „Digital mobil im Alter – Tablets für Senioren“, kumuliert <sup>17</sup>	Anzahl (gerundet)	2.800	4.500	32.000	47.000	75.000
Anzahl der Kund:innen, die an der Hotline zu digitalen Inhalten beraten wurden <sup>18</sup>	Anzahl	352.943	523.057	487.269	492.726	724.735
Anzahl der Aufrufe unserer bereitgestellten Videos zu digitalen und Service-Themen <sup>19</sup>	Klicks in Mio. (gerundet)	1,2	0,8	1,1	3,0	3,1
Erreichte Menschen durch unsere Anti-Cybermobbing-Initiative, kumuliert	Anzahl	n.a.	n.a.	n.a.	7.277	24.737

Mitarbeiter:innen	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Die Summe der Mitarbeiter:innen (Kopfzahl) basiert auf aktiven und inaktiven Festangestellten und Aushilfen (inkl. Werkstudent:innen) unabhängig von der Befristung. Die Holding, Auszubildende, Praktikant:innen, Diplomand:innen sind exkludiert. Sofern nicht explizit gekennzeichnet, sind die Daten stets exkl. 50% der Mitarbeiter:innen aus Tchibo-Joint-Venture angegeben. Eine regionale Aufstellung ist bei den Mitarbeiterkennzahlen nicht notwendig, da Mitarbeiter:innen der Telefónica Deutschland Gruppe nur in Deutschland beschäftigt sind.						
Gesamtbelegschaft (PIP) zum Stichtag 31. Dezember <sup>20</sup>	Anzahl People in place (PIP)	9.281	8.868	8.443	8.196	7.416
Gesamtbelegschaft (FTE)	Anzahl Vollzeit-äquivalent (FTE)	8.697	8.295	7.823	7.610	6.926
Teilzeitangestellte	Anzahl People in place (PIP)	1.833	1.833	1.972	1.857	1.522
Teilzeitangestellte Frauen	Anzahl People in place (PIP)	1.365	1.367	1.391	1.344	1.155
Teilzeitangestellte Männer	Anzahl People in place (PIP)	468	466	581	513	367
Vollzeitangestellte	Anzahl People in place (PIP)	7.437	7.023	6.459	6.325	5.881
Vollzeitangestellte Frauen	Anzahl People in place (PIP)	2.411	2.195	1.987	1.877	1.696
Vollzeitangestellte Männer	Anzahl People in place (PIP)	5.026	4.828	4.472	4.448	4.185

<sup>14</sup> Die Angaben enthalten nicht den monetären Wert der Zeitspenden in Höhe von 6.960 EUR (Vj. 16.560 EUR).

<sup>15</sup> Im Berichtsjahr wurden die „Sozialen Tage“ nicht miteinberechnet, da sie keinen wesentlichen Einfluss auf die Kennzahl haben. Die Mitarbeiter:innen können sich während ihrer Arbeitszeit an den Volunteeringprogrammen des Unternehmens beteiligen.

<sup>16</sup> Das von Mitarbeiter:innen 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 2021 verzeichneten wir 29 soziale Tage im System, die in die Berechnung der Zeitspenden einfließen. Die Mehrheit der 3.270 Volunteers wurde nicht unter Zeitspenden verrechnet, da das Engagement während der regulären Arbeitszeit stattfand.

<sup>17</sup> Die Berechnung basiert teilweise auf Hochrechnungen. 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 Podcastaufrufe und Views der Erklärvideos. Bei der Summe der Tablet-Ausleihen wurden zzgl. der 486 getätigten Ausleihen an Einzelpersonen ca. 50% der Geräte zusätzlich von einer weiteren Person mitgenutzt.

<sup>18</sup> Die Bezeichnung dieses Indikators aus dem letzten Jahr „Anzahl der durch die Hotline-GURUs informierten und inspirierten Menschen“ wurde im Berichtsjahr geändert, da alle Hotline-Mitarbeiter:innen Expert:innen zu digitalen Themen sind und es im Rahmen der Digitalisierung keiner speziellen Schulung mehr für ausgewählte „GURUs“ bedarf.

<sup>19</sup> Die Bezeichnung dieses Indikators aus dem letzten Jahr „Kontaktierte Video-Gurus“ wurde im Berichtsjahr geändert, da wir den Begriff „Gurus“ nicht mehr verwenden.

<sup>20</sup> Gesamtbelegschaft inkl. 50% der Mitarbeiter:innen aus Tchibo-Joint-Venture.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-8; 401-1; 401-3; 405-1; 405-2

UNGC-Prinzipien 3, 6

Mitarbeiter:innen	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Festangestellte, unbefristet	Anzahl People in place (PIP)	8.174	7.834	7.595	7.448	6.867
Festangestellte, unbefristet Frauen	Anzahl People in place (PIP)	3.299	3.114	3.040	2.935	2.664
Festangestellte, unbefristet Männer	Anzahl People in place (PIP)	4.875	4.720	4.555	4.513	4.203
Angestellte, befristet	Anzahl People in place (PIP)	1.096	1.022	836	734	536
Angestellte, befristet Frauen	Anzahl People in place (PIP)	477	448	338	286	187
Angestellte, befristet Männer	Anzahl People in place (PIP)	619	574	498	448	349
Mitarbeiter:innen mit Behinderung	Anzahl	283	288	295	307	261
Auszubildende und dual Studierende <sup>21</sup>	Anzahl	82	72	101	117	137
Übernahmequote nach Abschluss der Ausbildung	%	0	96	63	81	71
Employee Net Promoter Score (eNPS) / Arbeitgeberattraktivität	Punktzahl	67,0	74,0	21,5	53,8	60,4
Rücklaufquote der jährlichen, globalen Mitarbeiterumfrage	%	68	71	79	77	77
Nationalitäten der Mitarbeiter:innen	Anzahl	76	74	78	75	67
Frauen in der Belegschaft	Anzahl	3.776	3.562	3.378	3.221	2.851
Anteil Frauen in der Belegschaft	%	40,7	40,2	40,1	39,4	38,5
Gesamtzahl der Aufsichtsratsmitglieder	Anzahl	16	16	16	16	16
Gesamtzahl Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand)	Anzahl	53	55	56	54	52
Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand)	Anzahl	8	12	13	15	15
Anteil Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (inkl. Vorstand)	%	15,0	21,8	23,2	27,8	28,8
Gesamtzahl Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (ohne Vorstand)	Anzahl	45	47	49	47	45
Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (ohne Vorstand)	Anzahl	6	10	11	13	13
Anteil Frauen im Senior Management (Valora) 1. Berichtsebene (ohne Vorstand)	%	13,3	21,3	22,4	27,7	28,9
Weibliche Mitglieder im Vorstand	Anzahl	2	2	2	2	2
Anteil weiblicher Mitglieder im Vorstand	%	25,0	25,0	28,6	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)	%	76	77	78	79	81
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Senior Management: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer	%	104	100	102	91	90
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Mittleren Management: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer	%	80	83	84	85	91
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen im Rest der Belegschaft: Prozentsatz des durchschnittlichen Zielgehalts von Frauen im Vergleich zum durchschnittlichen Zielgehalt der Männer	%	80	80	81	82	82

<sup>21</sup> Im vergangenen Jahr nahmen wir 12 Auszubildende im kaufmännischen und technischen Bereich bei uns auf. Die Übernahmequote derjenigen, die ihre Ausbildung 2021 abgeschlossen haben, lag bei 71%.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-8; 401-1; 401-3; 405-1; 405-2

UNGC-Prinzipien 3, 6

Mitarbeiter:innen	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 87	Jahre	39,7	40,1	40,9	41,7	42,4
Weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl	636	580	471	389	306
Männliche Mitarbeiter < 30 Jahren	Anzahl	806	713	620	523	420
Weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl	569	652	592	496	413
Männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl	877	840	715	672	556
Weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl	1.183	1.299	1.258	1.250	1.126
Männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl	1.873	1.826	1.720	1.672	1.507
Weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl	689	723	736	742	711
Männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl	1.486	1.530	1.555	1.563	1.486
Weibliche Mitarbeiter >= 55 Jahre	Anzahl	252	308	321	344	295
Männliche Mitarbeiter >= 55 Jahre	Anzahl	294	385	443	531	583
Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit	Jahre	8,7	9,4	10,2	10,9	11,8
Teilnehmer:innen der Trainingskurse für Aus- und Weiterbildung <sup>22</sup>	Anzahl	n.a.	n.a.	n.a.	12.852	8.037
Schulungsstunden für Aus- und Weiterbildung	Anzahl	n.a.	n.a.	160.706	82.747	130.326
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten <sup>23</sup>	Anzahl	n.a.	n.a.	19	11	17
Gesamtausgaben für Schulungen und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen	Mio. EUR	6,3	7,6	8,1	8,1	8,5
Mitarbeiterfluktuation Grundlage ist die Anzahl der Austritte im Zeitraum 31. Dezember 2020 bis 30. Dezember 2021/ Mittelwert der PIP der fünf Stichtage 31. Dezember 2020, 31. März 2021, 30. Juni 2021, 30. August 2021, 31. Dezember 2021. Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 87	Anzahl	1.633	1.273	1.208	917	1.320
Mitarbeiterfluktuation (%)	%	17,4	14,1	14,0	11,1	16,9
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl	234	198	208	157	154
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre (%)	Anzahl	14,3	15,6	17,2	17,1	11,7
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl	336	263	244	211	174
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter < 30 Jahre (%)	Anzahl	20,6	20,7	20,2	23,0	13,2
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl	93	110	72	54	78
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre (%)	Anzahl	5,7	8,6	6,0	5,9	5,9
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl	159	153	169	89	127
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre (%)	Anzahl	9,7	12,0	14,0	9,7	9,6
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl	209	155	126	97	160
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre (%)	Anzahl	12,8	12,2	10,4	10,6	12,1
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl	247	192	172	118	211

<sup>22</sup> Die Anzahl für 2021 bezieht sich auf die Gesamtzahl der Lerner:innen aus dem Unternehmen, während für 2020 die Teilnahme an unterschiedlichen Bildungseinrichtungen gezählt wurde. Um Doppelzählungen zu vermeiden, haben wir die Berechnung dahingehend geändert und sie ist nicht mit dem Vorjahr vergleichbar. Die Schulungsstunden konnten aufgrund des ausgebauten digitalen Angebots deutlich erhöht werden.

<sup>23</sup> Die Berechnung für das Berichtsjahr 2021 erfolgte auf durchschnittlicher Mitarbeiterbasis des aktuellen Berichtsjahres (PIP 2021: 7.779) der Telefónica Deutschland Gruppe inklusive Mitarbeiter:innen in Auszeit, aber ohne externe Berater:innen und Zeitarbeitskräfte.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-8; 401-1; 401-3; 405-1; 405-2

UNGC-Prinzipien 3, 6

Mitarbeiter:innen	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre (%)	Anzahl	15,1	15,1	14,2	12,9	16,0
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl	91	56	48	52	86
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre (%)	Anzahl	5,6	4,4	4,0	5,7	6,5
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl	165	86	94	64	147
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre (%)	Anzahl	10,1	6,8	7,8	7,0	11,1
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter >= 55 Jahre	Anzahl	39	34	42	40	106
Mitarbeiterfluktuation weibliche Mitarbeiter >= 55 Jahre (%)	Anzahl	2,4	2,7	3,5	4,4	8,0
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter >= 55 Jahre	Anzahl	60	26	33	35	77
Mitarbeiterfluktuation männliche Mitarbeiter >= 55 Jahre (%)	Anzahl	3,7	2,0	2,7	3,8	5,8
Neu eingestellte Mitarbeiter:innen 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. 87	Anzahl	1.405	857	768	652	530
Neu eingestellte Mitarbeiter:innen (%)	%	21,5	9,5	9,0	7,9	6,8
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich < 30 Jahre	Anzahl	397	193	196	157	127
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich < 30 Jahre (%)	Anzahl	28,3	22,5	25,5	24,1	23,9
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich < 30 Jahre	Anzahl	89	270	263	221	153
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich < 30 Jahre (%)	Anzahl	6,3	31,5	34,2	33,9	28,8
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich 30–34 Jahre	Anzahl	144	48	38	31	35
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich 30–34 Jahre (%)	Anzahl	10,2	5,6	4,9	4,8	6,6
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich 30–34 Jahre	Anzahl	87	112	89	79	68
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich 30–34 Jahre (%)	Anzahl	6,2	13,1	11,6	12,1	12,8
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich 35–44 Jahre	Anzahl	143	49	45	28	31
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich 35–44 Jahre (%)	Anzahl	10,2	5,7	5,9	4,3	5,8
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich 35–44 Jahre	Anzahl	39	89	76	76	70
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich 35–44 Jahre (%)	Anzahl	2,8	10,4	9,9	11,7	13,2
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich 45–54 Jahre	Anzahl	59	25	19	15	16
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich 45–54 Jahre (%)	Anzahl	4,2	2,9	2,5	2,3	3,0
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich 45–54 Jahre	Anzahl	33	48	27	27	22
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich 45–54 Jahre (%)	Anzahl	2,3	5,6	3,5	4,1	4,1
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich >= 55 Jahre	Anzahl	92	12	8	7	2
Neu eingestellte Mitarbeiter weiblich >= 55 Jahre (%)	Anzahl	6,5	1,4	1,0	1,1	0,4
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich >= 55 Jahre	Anzahl	92	11	7,0	11	6
Neu eingestellte Mitarbeiter männlich >= 55 Jahre (%)	Anzahl	6,5	1,3	0,9	1,7	1,1
Freiwillige Austritte (Voluntary Rotation Index) <sup>24</sup>	%	9,7	9,6	9,6	7,5	6,9

<sup>24</sup> Im Geschäftsjahr 2020 hat sich die Definition von freiwilligen Austritten geändert. Neben Arbeitnehmerkündigung gelten seither auch bspw. Befristungsende, (vorzeitiger) Ruhestand, Tod von Mitarbeiter:in als freiwillige Austritte. Die Zahlen für 2017 bis 2019 wurden entsprechend angepasst.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-8; 401-3

UNGC-Prinzipien 3, 6

Mitarbeiter:innen	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Unfreiwillige Austritte	%	n.a.	n.a.	n.a.	3,6	10,0
Mitarbeiter:innen, die Elternzeit in Anspruch genommen haben Frauen mit mehrfachen Einträgen wurden jeweils als einzelne Elternzeitler betrachtet, Männer mit doppelten Einträgen wurden als einfache Elternzeitler eingerechnet, bei mehr als zwei Einträgen bei Männern wurde individuell entschieden. Elternzeitler in Teilzeit werden als aktive Mitarbeiter:innen betrachtet.	Anzahl	685	663	578	535	496
Mitarbeiter:innen, die Elternzeit in Anspruch genommen haben (Frauen)	Anzahl	488	472	393	368	327
Mitarbeiter:innen, die Elternzeit in Anspruch genommen haben (Männer)	Anzahl	197	191	185	167	169
Mitarbeiter:innen, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten	Anzahl	350	372	325	296	291
Mitarbeiter:innen, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten (Frauen)	Anzahl	184	205	158	148	140
Mitarbeiter, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten (Männer)	Anzahl	166	167	167	148	151
Rückkehrrate an den Arbeitsplatz von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen	%	92,0	97,0	93,4	97,0	97,3
Rückkehrrate an den Arbeitsplatz von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen (Frauen)	%	89,0	94,0	88,3	94,9	94,6
Rückkehrrate an den Arbeitsplatz von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen (Männer)	%	95,0	100,0	98,8	99,3	100,0
Mitarbeiter:innen, die an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren Es wurden diejenigen Mitarbeiter:innen berücksichtigt, die im Vorjahr aus der Elternzeit zurückgekehrt sind und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr noch im Unternehmen beschäftigt sind.	Anzahl	355	320	312	291	256
Mitarbeiter:innen, die an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren (Frauen)	Anzahl	171	165	161	141	118
Mitarbeiter:innen, die an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren (Männer)	Anzahl	184	155	151	150	138
Verbleibsrate von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen	%	92,0	81,0	83,4	88,2	90,5
Verbleibsrate von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen (Frauen)	%	88,0	77,0	78,2	86,0	88,7
Verbleibsrate von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen (Männer)	%	95,0	87,0	89,9	90,4	92,0

Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Abwesenheitsrate (%) (Anzahl der Fehltage aufgrund von Arbeitsunfällen sowie sonstigen Krankheiten / Gesamtzahl der Arbeitstage pro Jahr) x 100	%	5,7	7,2	6,9	5,9	4,9
Abwesenheitsrate (Frauen)	%	7,4	8,9	8,5	7,4	6,3
Abwesenheitsrate (Männer)	%	4,7	6,0	5,8	5,0	4,0
Gemeldete Fehltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit	Anzahl	125.570	161.745	147.215	122.589	95.024
Gemeldete Fehltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit (Frauen)	Anzahl	62.464	80.895	73.025	60.782	47.687
Gemeldete Fehltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit (Männer)	Anzahl	63.106	80.850	74.190	61.807	47.337



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

**GRI** 102-48; 302-1; 302-3; 305-1; 305-2;  
305-3; 305-4; 403-3; 403-5; 403-8; 403-9;  
403-10

**UNGC-Prinzipien** 7, 8, 9

Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Unfallrate <sup>25</sup> (Anzahl der Arbeitsunfälle / Gesamtzahl der Arbeitsstunden pro Jahr) x 200.000	Rate	0,8	0,6	1,0	0,8	0,3
Unfallrate (Frauen)	Rate	0,7	0,6	1,0	0,9	0,3
Unfallrate (Männer)	Rate	0,9	0,6	1,1	0,7	0,4
Arbeitsunfälle, die in Fehltagen resultierten <sup>26</sup>	Anzahl	73	53	88	62	25
Arbeitsunfälle (Frauen)	Anzahl	25	22	34	28	8
Arbeitsunfälle (Männer)	Anzahl	48	31	54	34	17
Ausfalltagequote aufgrund von Arbeitsunfällen (Fehltag aufgrund von Arbeitsunfällen / Gesamtzahl der Arbeitsstunden pro Jahr) x 200.000	Rate	9,6	9,1	20,2	11,4	9,6
Ausfalltagequote aufgrund von Arbeitsunfällen (Frauen)	Rate	5,2	10,0	19,2	11,7	6,5
Ausfalltagequote aufgrund von Arbeitsunfällen (Männer)	Rate	12,3	8,4	20,8	11,3	11,6
Gemeldete Fehltag aufgrund von Arbeitsunfällen <sup>27</sup>	Anzahl	840	813	1733	945	749
Gemeldete Fehltag aufgrund von Arbeitsunfällen (Frauen)	Anzahl	178	363	661	382	196
Gemeldete Fehltag aufgrund von Arbeitsunfällen (Männer)	Anzahl	662	450	1072	563	553
Anzahl an Berufskrankheiten	Anzahl	0	0	0	0	0
Anzahl der arbeitsbedingten Todesfälle aufgrund eines Arbeitsunfalls oder einer Berufskrankheit (basierend auf lokalen Gesetzen, Vorschriften und Standards)	Anzahl	0	0	0	0	0
Gremien „Arbeitssicherheit und Gesundheit“ <sup>28</sup> (Arbeitssicherheitsausschusssitzungen (ASAs) und Gesundheitsforen)	Anzahl	62	21	22	19	18
Trainingsstunden Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Anzahl	4.505	10.025	11.353	9.077	11.260
Durchgeführte medizinische Untersuchungen	Anzahl	538	538	477	173	243

Umwelt	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Energie und CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>						
Energieverbrauch gesamt Detaillierte Aufstellung auf S. 101	GWh	791	778	727	736	755
Stromverbrauch gesamt Der Stromverbrauch ergibt sich aus den tatsächlich abgerechneten und teilweise prognostizierten Verbrauchsmengen je Stromabnahmestelle.	GWh	752	746	696	710	732
davon Netzwerk und Rechenzentrum <sup>29</sup>	GWh	722	715	668	686	711
davon Büros, Shops, Call-Center	GWh	30	31	28	24	21
Kraftstoffverbrauch gesamt Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst die per Direktvertrag zwischen Versorger und der Telefónica Deutschland Gruppe belieferten Einheiten.	GWh	39	32	31	26	23

<sup>25</sup> 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.

<sup>26</sup> Bei den registrierten Arbeitsunfällen handelte es sich zum überwiegendem Anteil um Unfälle, welche sich auf dem Arbeitsweg ereigneten. Die Grundlage für das Ziel der Verhinderung von Arbeitsunfällen und arbeitsbedingten Erkrankungen sowie der Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen 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.

<sup>27</sup> Die Berechnungsmethodik der Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen wurde 2019 geändert, dadurch sind die Werte nicht direkt mit den Vorjahreswerten 2017 und 2018 vergleichbar.

<sup>28</sup> 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.

<sup>29</sup> Der Stromverbrauch Netzwerk ergibt sich aus der Anzahl der Standorte für Mobilfunk und Festnetz multipliziert mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch je Standort. Dieser wurde auf Basis von historischen Verbrauchsdaten ermittelt. Perspektivisch lösen durch Smart Meter tatsächlich gemessene Werte die hier statistisch erhobenen Werte ab.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-48; 301-3; 302-1; 302-3; 305-1;  
305-2; 305-3; 305-4

UNGC-Prinzipien 7, 8, 9

Umwelt	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
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	0,09
Energie aus erneuerbaren Energiequellen <sup>30</sup>	GWh	536	610	584	679	732
Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energien <sup>30</sup>	%	71	82	84	96	100
Grünstromanteil bei selbstbeschaffter und kontrollierter Energie	%	100	100	100	100	100
CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) – marktbasierter Methode <sup>31,32</sup> Die Berechnung der CO <sub>2</sub> -Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol und ITU-T L.1420. Die Daten und Berechnungen sind von der spanischen Normungs- und Zertifizierungsgesellschaft AENOR INTERNACIONAL, S.A.U. verifiziert. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO <sub>2</sub> -Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt. Detaillierte Darstellung auf S. 103	tCO <sub>2</sub> -eq <sup>33</sup>	180.614	114.509	93.470	26.720	6.266
CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) – standortbasierter Methode <sup>32,34</sup>	tCO <sub>2</sub> -eq	420.412	378.890	342.524	292.214	274.190
Direkte Emissionen (Scope 1) mit Kältemittel-Emissionen	tCO <sub>2</sub> -eq	16.220	6.889	7.000	5.623	5.369
Indirekte Emissionen (Scope 2) (marktbasierter Methode)	tCO <sub>2</sub> -eq	157.505	101.559	81.513	20.201	581
Indirekte Emissionen (Scope 2) (standortbasierter Methode)	tCO <sub>2</sub> -eq	397.303	365.940	330.567	285.695	268.505
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) <sup>32</sup>	tCO <sub>2</sub> -eq	6.889	6.061	4.957	896	316
Vermiedene Emissionen durch den Verbrauch erneuerbarer Energien	tCO <sub>2</sub> -eq	282.354	298.290	276.974	272.106	301.164
THG-Intensität Die Treibhausgas-Intensität ergibt sich aus den CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.	tCO <sub>2</sub> -eq/PB	130,9	108,0	79,2	47,1	33,2
Standorte, die mit anderen Netzbetreibern geteilt werden	Anzahl	6.719	6.260	3.219	7.064	5.057
Überprüfung elektromagnetischer Felder zur Sicherstellung der Grenzwerteinhaltung <sup>35</sup>	Anzahl	4.314	4.142	4.485	6.456	6.210
Investitionen und Ausgaben für die Messung elektromagnetischer Felder <sup>35</sup>	EUR	4.323.649	2.025.000	648.458	845.888	975.271
<b>Wasser</b>						
Wasserverbrauch <sup>36</sup>	m <sup>3</sup>	87.156	77.685	64.730	61.600	27.200

<sup>30</sup> 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.

<sup>31</sup> Für die marktbasierter Methode werden 588,83 g CO<sub>2</sub> pro kWh genutzt (Quelle: Association of Issuing Bodies (AIB), European Residual Mixes 2020). Informationen zur standortbasierten Methode sind in der Kennzahlentabelle aufgeführt.

<sup>32</sup> Scope-3-Emissionen: Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen). Die Emissionen je km für Flug- und Bahnreisen für die Jahre 2019 bis 2021 wurden mit gruppenweit angewendeten Emissionsfaktoren berechnet (Quelle: Umrechnungsfaktoren der britischen Regierung für Treibhausgasemissionen für die Unternehmensberichterstattung, 2021). Es gibt auch andere, hier nicht enthaltene, Scope-3-Emissionen. Der Fokus bei der Telefónica Deutschland Gruppe liegt bei den Geschäftsreisen.

<sup>33</sup> CO<sub>2</sub> eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O und klimarelevante Kältegasen (F-Gase).

<sup>34</sup> Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol und ITU-T L.1420. Die Daten und Berechnungen sind von der spanischen Normungs- und Zertifizierungsgesellschaft AENOR INTERNACIONAL, S.A.U. verifiziert. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO<sub>2</sub>-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt, unabhängig davon, dass ein Anteil von 100% (Vorjahr: 96%) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. Die Telefónica Deutschland Gruppe nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (Entwicklung der spezifischen Kohlendioxid-Emissionen des deutschen Strommix in den Jahren 1990 bis 2019 und erste Schätzungen 2020) und damit 366 g CO<sub>2</sub> pro kWh aus dem Jahr 2020 für die Berechnungsgrundlage nach standortbasierter Methode im Berichtsjahr 2021.

<sup>35</sup> Für das Jahr 2021 Schätzung aufgrund von fehlenden, behördlichen Daten.

<sup>36</sup> Die 2021 Daten des Wasserverbrauchs beruhen auf Hochrechnungen, die die Einschränkungen während der Pandemie in den Büros spezifischer reflektieren. Aufgrund der COVID-19-Pandemie waren im Berichtsjahr weniger Mitarbeiter:innen in den Büros und Shops. Die Hochrechnungen basieren auf den 2019 tatsächlich angefallenen Verbräuchen und berücksichtigen die in 2021 vor Ort anwesenden Personen. Ebenso wurde die Berechnung im Vergleich zum Vorjahr aktualisiert. Die 2021 und 2020 Werte sind gerundet.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-48; 301-3; 305-2; 305-3; 305-4;  
306-3; 306-4; 306-5

UNGC-Prinzipien 7, 8, 9

Umwelt	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Materialverbrauch</b>						
Papierverbrauch gesamt	t	562,6	554,9	514,7	313,7	273,4
Papierverbrauch (Büros, Shops, Call-Center) 100% Recyclingpapier „Blauer Engel“	t	99,6	75,9	72,7	50,7	39,4
Papierverbrauch im Kundenkontakt (für Briefe, Umschläge, Rechnungen) <sup>37</sup>	t	463,0	479,0	442,0	263,0	234,0
Anteil der Online-Rechnungen	%	86,2	88,6	88,5	91,0	91,8
<b>Abfallmanagement</b>						
Abfall gesamt <sup>38</sup> Dieser Abfall berechnet sich als Summe der unten genannten Abfallarten.	t	1.761,9	3.440,0	1.829,0	1.657,5	1.308,0
Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (z. B. Antennen, veraltete Hardware, Router) an Recycling weitergegeben	t	403,0	173,9	119,7	88,3	82,3
davon Abfall von Elektronik und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros an Recycling weitergegeben <sup>39</sup>	t	29,8	7,6	5,7	9,9	10,6
davon Mobiltelefone von Kund:innen	t	9,4	7,4	11,2	11,0	21,4
a) Recycelte Mobiltelefone von Kund:innen <sup>40</sup>	t	8,1	6,8	11,0	10,4	14,1
b) Mobiltelefone von Kund:innen, die zur Wiederaufarbeitung gesendet wurden <sup>41</sup>	gerundet in t	1,3	0,6	0,2	0,6	7,3
davon Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten von Kund:innen ohne Mobiltelefone (100% Recycling/Re-Use) <sup>42</sup>	t	363,8	158,9	102,8	67,4	50,3
Abfall oder Schrott von nichtelektrischen/nichtelektronischen Geräten	t	1.875,0	3.266,1	1.709,2	1.569,2	1.035,8
davon Papier- und Kartonabfälle (100% recycelt) <sup>43</sup>	t	119,4	446,0	305,0	212,2	125,6
davon Kabel, Rohre und Metalle (100% recycelt) <sup>42</sup>	t	1.681,4	2.710,2	1.322,1	1.262,1	765,8
davon Batterien (100% recycelt) <sup>44</sup>	t	74,2	109,9	82,1	94,9	144,4
Sonstige Abfälle, die im neuen Abfallmanagementsystem GReTel erfasst sind <sup>45</sup>	t	-	-	-	-	189,9
Anzahl der eingesammelten gebrauchten Handys <sup>46</sup> Für die eingesammelten gebrauchten Handys 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	163.154
Eco-Rating-geprüfte Mobiltelefone <sup>47</sup> Anzahl aller Geräte im aktuellen Smartphone- und Feature-Phone-Portfolio der Telefónica Deutschland Gruppe, die mit dem Eco Rating gekennzeichnet sind.	%	95,4	92,3	95,2	97,2	100,0

<sup>37</sup> Wert wurde von externen Dienstleistern als Schätzwert erhoben.

<sup>38</sup> Im Jahr 2021 gibt es eine Abweichung von 67,9 t (2,5%) zum Gesamtabfall berichtet nach GRI (siehe Seite 104 Circular Economy) aufgrund neuer Zuordnung der Recycling-/Reuse-Quoten und erweiterter Abfallerfassung durch GReTel, welches in 2021 eingeführt wurde.

<sup>39</sup> Es handelt sich hier nur um Recycling, nicht um kompletten Elektroschrott. Monitore und Kühlmittelgase sind nicht mit einberechnet.

<sup>40</sup> Aufgrund der verbesserten Datenerfassung werden ab 2021 Akkus getrennt erfasst. Aus diesem Grund sind die Vorjahreswerte nicht vergleichbar.

<sup>41</sup> Der Wert basiert auf erhobenen und teils geschätzten Werten.

<sup>42</sup> Über vertragliche Vereinbarungen mit Entsorgern geregelt.

<sup>43</sup> 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.

<sup>44</sup> Aufgrund der verbesserten Datenerfassung werden seit 2021 Akkus der Handysammlungen getrennt erfasst und ebenso den Batterien hier zugerechnet. Aus diesem Grund sind die Vorjahreswerte nicht vergleichbar.

<sup>45</sup> Sonstige Abfälle umfassen u.a. organische Abfälle aus den Kantinen, gemischte Verpackungen, Tonerabfälle und Monitore (gefährlicher Abfall). Diese Abfälle können seit der Einführung von GReTel in 2021 detailliert erfasst werden.

<sup>46</sup> Die Anzahl der eingesammelten Geräte umfasst die Handys, die dem Recyclingprozess zugeführt werden und die im Re-Use-Prozess wiederaufbereitet werden.

<sup>47</sup> Nicht berücksichtigt sind Geräte, die wir von Distributoren beziehen und Tablets, es sei denn es liegt ein Eco Rating vor.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

# Rahmenwerke

## GRI-Standards

[GRI-Content-Index und Global-Compact-Fortschrittsbericht](#)

Unser CR-Bericht wird nach den globalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI) – Option „umfassend“ – verfasst. Die GRI-Standards dienen dazu, Transparenz für die Auswirkungen von Unternehmen auf Wirtschaft, Umwelt und Menschen zu schaffen. 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:innen und unsere gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen relevant.

## UN Global Compact (UNGC)

[GRI-Content-Index und Global-Compact-Fortschrittsbericht](#)

Seit 2020 berichten wir zu den Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC). Damit bekennen wir uns zu dessen zehn Prinzipien und verpflichten uns zu deren Umsetzung im Sinne einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Im Zentrum stehen dabei die Themen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Dieser Bericht stellt einen Fortschrittsbericht dar (Communication on Progress (COP)).

## Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)

[Kapitel „Lieferkettenmanagement“ und auf der Webseite](#)

Mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) sollen die Rechte von betroffenen Menschen entlang der Lieferkette gestärkt werden. Wir bereiten uns auf die Anforderungen gemäß des LkSG vor und berichten zu unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht in unserem CR-Bericht.

## Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

[Task-Force-on-Climate-Related-Financial-Disclosures-\(TCFD\)-Index](#)

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 ebenfalls in unserem CR-Report in Anlehnung an die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Die Empfehlungen der TCFD gliedern sich in die vier Bereiche Governance, Strategie, Risikomanagement sowie Kennzahlen und Ziele, zu denen wir berichten.

## Sustainable Development Goals (SDGs)

[Kapitel „Transparenz und Dialog“ \(Unser Beitrag zu den SDGs\)](#)

Mit der Umsetzung des Responsible Business Plans 2025 unterstützt die Telefónica Deutschland Gruppe aktiv die Erreichung der globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals (SDGs)) der Vereinten Nationen. Mit unseren Aktivitäten im Rahmen der fünf Handlungsfelder und dazugehörigen Themenfelder wollen wir einen Beitrag zur Erreichung der SDGs und zu einem nachhaltigen Wandel der Gesellschaft leisten.

## EU-Taxonomie

[www.telefonica.de/nfe](http://www.telefonica.de/nfe)

Die Taxonomie-Verordnung ((EU) 2020/852) räumt bspw. einer ressourceneffizienten und kreislauforientierten Wirtschaftsweise einen besonderen Stellenwert ein und strebt hier eine Lenkungswirkung bei Investitionen und Kapitalmarktaktivitäten an. Wir nutzen unseren CR-Bericht auch, um zur Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells zu berichten. Weitere Informationen finden Sie im gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht.

## Sustainability Accounting Standard (SASB)

[Sustainability-Accounting-Standards-Board-\(SASB\)-Index](#)

Wir orientieren uns am Rahmenwerk des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) für die Offenlegung von finanziell wesentlichen Nachhaltigkeitsinformationen und berichten zu relevanten Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen.

## CDR-Initiative

[CDR-Initiative](#)

Die CDR-Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, eine gute Verantwortungspraxis und konkrete Lösungsansätze für die nachhaltige Digitalisierung zu erarbeiten. Zudem soll sie die Sichtbarkeit des Themas in der Öffentlichkeit und auf Seiten der Unternehmen erhöhen. Als Mitglied der Initiative bekennen wir uns zu den handlungsleitenden Prinzipien und Zielsetzungen des CDR-Kodexes und beziehen diese in unsere Berichterstattung mit ein.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-13

# Mitgliedschaften

Die Auswahl unserer Mitgliedschaften orientiert sich an unseren strategischen Prioritäten. Ziel ist, dass unsere Mitgliedschaften unsere Geschäftstätigkeit unterstützen und einen Rahmen bieten,

in dem wir einen gesellschaftlichen Mehrwert generieren können. Es ist uns 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	Beschreibung	Website
<b>AfB gGmbH (Arbeit für Menschen mit Behinderung)</b>	2013	Gemeinnütziges Unternehmen, das ausgemusterte IT-Hardware von großen Konzernen und öffentlichen Institutionen wieder aufbereitet (inkl. Löschung vorhandener Daten) und auf den Markt bringt; mindestens 50% der Arbeitskräfte sind Menschen mit Handicap.	<a href="http://www.afb-group.de/home/">www.afb-group.de/home/</a>
<b>AmCham – American Chamber of Commerce in Germany e. V.</b>	2010	Unternehmensnetzwerk zur globalen Wirtschaftsförderung und für eine deutsch-amerikanische Partnerschaft	<a href="http://www.amcham.de">www.amcham.de</a>
<b>B.A.U.M. e. V. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management</b>	2011	Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften in Deutschland	<a href="http://www.baumev.de">www.baumev.de</a>
<b>Bitkom – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.</b>	2001	Verband von Unternehmen aus den Branchen IT, Telekommunikation und neue Medien; u. a. mit Arbeitsgruppen zu den Themen Datenschutz, Medienpolitik und Arbeitssicherheit	<a href="http://www.bitkom.org">www.bitkom.org</a>
<b>BVDW – Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V.</b>	2020	Verband der Digitalen Wirtschaft, der sich gegenüber Politik und Gesellschaft für Markttransparenz und innovationsfreundliche Rahmenbedingungen einsetzt	<a href="http://www.bvdw.org">www.bvdw.org</a>
<b>Cybermobbing-Hilfe e. V.</b>	2020	Verein, der Opfern von Cybermobbing hilft und Präventionsarbeit in der Gesellschaft fördert	<a href="http://www.cybermobbing-hilfe.de">www.cybermobbing-hilfe.de</a>
<b>Deutsches Kinderhilfswerk e. V.</b>	2009	Verein zur Stärkung von Kinderrechten und zur Abschaffung von Kinderarmut	<a href="http://www.dkhw.de">www.dkhw.de</a>
<b>DICO – Deutsches Institut für Compliance e. V.</b>	2015	Institut, das Maßstäbe für die Compliance-Praxis entwickelt und an der Gestaltung guter Unternehmensführung mitwirkt	<a href="http://www.dico-ev.de">www.dico-ev.de</a>
<b>DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e. V.</b>	2014	Größter europäischer Fachverband zur Förderung des Dialogs zwischen Unternehmen und Kapitalmärkten	<a href="http://www.dirk.org">www.dirk.org</a>
<b>eco – Verband der Deutschen Internetwirtschaft e. V.</b>	2002	Verband für Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation mit Fokus auf zukünftige Internetthemen	<a href="http://www.eco.de">www.eco.de</a>
<b>Europäische Bewegung Deutschland e. V.</b>	2008	Netzwerk für Europapolitik in Deutschland	<a href="http://www.netzwerk-ebd.de">www.netzwerk-ebd.de</a>
<b>FSM Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V.</b>	2005	Zusammenschluss zur Bekämpfung illegaler, jugendgefährdender und entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte in Online-Medien, Bereitstellung einer Beschwerdestelle sowie Medienkompetenzförderung von Kindern und Jugendlichen	<a href="http://www.fsm.de">www.fsm.de</a>
<b>GDD Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e. V.</b>	1994	Vereinigung für Datenschutz und Datenschutzbeauftragte	<a href="http://www.gdd.de">www.gdd.de</a>
<b>GDW Global Digital Women</b>	2019	Netzwerk, um die Gleichstellung zu beschleunigen und Frauen mit Digitalfokus branchenübergreifend in der Wirtschaft und im täglichen Leben sichtbar zu machen	<a href="http://www.global-digital-women.com">www.global-digital-women.com</a>
<b>Grüner Wirtschaftsdialog e. V.</b>	2021	Parteiunabhängiger Zusammenschluss von Unternehmen und Personen, die für gegenseitiges Verständnis und offene Kommunikation zwischen Unternehmen und der Politik im Allgemeinen sowie politischen Entscheidungsträger:innen sorgen wollen	<a href="http://www.gruener-wirtschaftsdialog.de">www.gruener-wirtschaftsdialog.de</a>
<b>GSM Association – weltweite Branchenvereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter</b>	2008	Weltweite Branchenvereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter	<a href="http://www.gsma.com">www.gsma.com</a>



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-13

<b>Information Security Forum</b>	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.	<a href="http://www.securityforum.org">www.securityforum.org</a>
<b>Initiative „Chefsache“</b>	2020	Netzwerk von Führungskräften aus Wirtschaft, Wissenschaft, öffentlichem Sektor und Medien zur Förderung der Chancengerechtigkeit von Frauen und Männern	<a href="http://www.initiative-chefsache.de">www.initiative-chefsache.de</a>
<b>International Wireless Industry Consortium (IWPC)</b>	2015	Initiative zur Förderung der globalen Zusammenarbeit von Wissenskapital durch Echtzeit-Einblicke in wichtige Technologie-, Markt- und Ökosystementwicklungen	<a href="http://www.iwpc.org">www.iwpc.org</a>
<b>Initiative D21 e. V.</b>	2022	Deutschlands größtes gemeinnütziges Netzwerk für die Digitale Gesellschaft; Engagement für die Herausforderungen im digitalen Wandel und Anstoß von Debatten, um die Zukunft der Digitalen Gesellschaft sinnvoll zu gestalten	<a href="http://www.initiatived21.de">www.initiatived21.de</a>
<b>Klicksafe</b>	2007	Initiative, die in Deutschland im Auftrag der EU-Kommission Kompetenzen zur sicheren Nutzung von Internet und neuen Medien vermittelt	<a href="http://www.klicksafe.de">www.klicksafe.de</a>
<b>Klimapakt Münchner Wirtschaft</b>	2016	Pakt von in München ansässigen Großunternehmen, die sich der freiwilligen CO <sub>2</sub> -Emissionsreduktion verpflichtet haben	<a href="https://stadt.muenchen.de/infos/klimapakt-muenchner-wirtschaft.html">https://stadt.muenchen.de/infos/klimapakt-muenchner-wirtschaft.html</a>
<b>MINT Zukunft e. V.</b>	2018	Initiative zur Förderung des MINT-Profiles von Schulen im Allgemeinen sowie des Informatik- bzw. Digitalisierungsprofils im Besonderen durch die Programme „MINT-freundliche Schule“ und „Digitale Schule“ und die Erhöhung des Frauenanteils in MINT-Studiengängen	<a href="http://www.mintzukunftschaften.de">www.mintzukunftschaften.de</a>
<b>Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU)</b>	2015	Engagement für Mensch und Natur durch zahlreiche Projekte zum Arten-, Umwelt- und Naturschutz in Deutschland	<a href="http://www.nabu.de">www.nabu.de</a>
<b>NIK – Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft e. V.</b>	1998	Netzwerk für die Digitale Wirtschaft der Metropolregion Nürnberg und Forum für Unternehmen, die den digitalen Wandel gestalten	<a href="http://www.nik-nbg.de">www.nik-nbg.de</a>
<b>SheTransformsIT</b>	2020	Initiative für mehr Präsenz von Frauen in der Digitalisierung und bessere Karrierechancen für Mädchen und Frauen	<a href="http://www.shetransformsit.de">www.shetransformsit.de</a>
<b>Stiftung Digitale Chancen</b>	2010	Stiftung, die Menschen bei der Nutzung des Internets unterstützt, um dem Ausschluss benachteiligter Bevölkerungsgruppen aus der Entwicklung zur Informationsgesellschaft entgegenzuwirken	<a href="http://www.digitale-chancen.de">www.digitale-chancen.de</a>
<b>Umweltpakt Bayern</b>	1995	Freiwillige Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft zum Schutz der Umwelt	<a href="http://www.umweltpakt.bayern.de">www.umweltpakt.bayern.de</a>
<b>UN Global Compact und Deutsches Global Compact Netzwerk</b>	2020	Weltweit größte Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung und Verfolgung der Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft zum Nutzen aller Menschen, Gemeinschaften und Märkte	<a href="http://www.unglobalcompact.org">www.unglobalcompact.org</a> <a href="http://www.globalcompact.de">www.globalcompact.de</a>
<b>UPJ e. V. Unternehmen als Partner der Jugend 2005</b>	2005	Netzwerk von Unternehmen und Zivilgesellschaft zu Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility	<a href="http://www.upj.de">www.upj.de</a>
<b>VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.</b>	2001	Interessenvereinigung von rund 100 Telekommunikationsunternehmen und Multimediaunternehmen, die im Wettbewerb zum ehemaligen Monopolisten Deutsche Telekom stehen	<a href="http://www.vatm.de">www.vatm.de</a>
<b>VDE – Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e. V.</b>	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).	<a href="http://www.vde.com/de">www.vde.com/de</a>
<b>Wirtschaftsforum der SPD e. V.</b>	2015	Unabhängiger unternehmerischer Berufsverband zur Förderung und zum Ausbau eines nachhaltigen und innovativen, ökonomischen Fortschritts; Themen der Fachforen sind u. a. Energie und Klima, Mobilität und Infrastruktur sowie Ressourcen und Nachhaltigkeit	<a href="http://www.spd-wirtschaftsforum.de/">www.spd-wirtschaftsforum.de/</a>
<b>Wirtschaftsrat der CDU e. V.</b>	2010	Bundesweit organisierter unternehmerischer Berufsverband; Netzwerk und Kompetenzzentrum zur Mitgestaltung der Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik durch Dialog zu Themen wie Internet und Digitale Wirtschaft, Umwelt-, Klima- und Energiepolitik, Verkehr und Arbeitsmarkt	<a href="http://www.wirtschaftsrat.de">www.wirtschaftsrat.de</a>
<b>Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V.</b>	2002	Bundesweit tätige Selbstkontrollinstitution zur Durchsetzung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb	<a href="http://www.wettbewerbszentrale.de">www.wettbewerbszentrale.de</a>



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

# Relevante Preise und Auszeichnungen 2021



## Kategorie Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility

### Unternehmerische Verantwortung als sehr hoch eingestuft

Der Nachrichtensender WELT TV und die Rating-Agentur ServiceValue haben die [unternehmerische Verantwortung](#) der Telefónica Deutschland Gruppe als sehr hoch eingestuft. Basis der Auszeichnung bildet eine Umfrage unter 170.000 Führungskräften zur unternehmerischen Verantwortung von knapp 2.000 Unternehmen aus 144 Branchen. Die Telefónica Deutschland Gruppe schneidet dabei überdurchschnittlich gut ab.

### Nachhaltigkeitsleistung macht Telefónica zu wertvollem Unternehmen

Unternehmen mit großem Nachhaltigkeitsengagement leisten einen wertvollen Beitrag für die Gesellschaft und deren Zukunft – das macht sie zu wertvollen Unternehmen. Gemeinsam mit dem Institut für Management und Wirtschaftsforschung (IMWF) und dem Hamburgischen WeltWirtschaftsinstitut (HWWI) hat DEUTSCHLAND TEST Nachhaltigkeitsberichte ausgewertet und auf diesem Weg [Deutschlands wertvollste Unternehmen](#) gekürt: Die Telefónica Deutschland Gruppe belegt unter den Telekommunikationsanbietern den zweiten Platz.

## Kategorie Kundenservice

### Zweimal Bronze beim German Stevie Award

Das Team „People Transformation & Transition“ aus dem Bereich Customer Service & Sales (CSS) ist 2021 mit dem renommierten Wirtschaftspreis „German Stevie Award“ in Bronze in der Kategorie „Kundenservice-Abteilung des Jahres“ ausgezeichnet worden. Die zweite Bronze-Auszeichnung des Stevies erhielt Customer Service Support (CSS) für die „Wertvollste Reaktion eines Unternehmens“ für seinen Umgang mit den besonderen Herausforderungen im Rahmen der COVID-19-Pandemie.

### „Mein O<sub>2</sub>“-App alleinige Testsiegerin 2021

Die Fachzeitschrift connect prüft die Kundenservice-Apps der deutschen Netzbetreiber einmal pro Jahr auf Funktionalität, Service und Sicherheit. Im diesjährigen Test erhielt die „Mein O<sub>2</sub>“-App zum vierten Mal in Folge die Note „sehr gut“ – 2021 sogar als einzige Kunden-App im Test. Das Urteil der Redaktion: „Die App des Münchner Netzbetreibers überzeugt auf allen Ebenen und hängt beim Security-Check die Mitbewerber ab“.

### Gewählt zum Kundenservice des Jahres

Im Rahmen des branchenübergreifenden Audits untersucht und bewertet die Organisation Armonia Deutschland den [Kundenservice deutscher Unternehmen](#) an den Kontaktkanälen Telefon, E-Mail, Internetnavigation, Chat und soziale Medien. O<sub>2</sub> Telefónica überzeugte die Tester auf ganzer Linie und sicherte sich in der Kategorie „Telekommunikation“ mit dem Urteil „Beste Servicequalität“ Platz 1 im Ranking.

### Platz zwei für O<sub>2</sub> Kundenservice

Der O<sub>2</sub> Kundenservice hat beim diesjährigen [Mobilfunkhotline-Test](#) der Fachzeitschrift connect erneut ein „gut“ erhalten und sich damit wie im vergangenen Jahr den zweiten Platz im Gesamtranking gesichert.

### Capital-Ranking: Wayra Deutschland als bestes Innovation Lab ausgezeichnet

Das Wirtschaftsmagazin Capital hat Wayra Deutschland als [bestes Innovationslabor in Deutschland](#) ausgezeichnet. Der erste Platz ist eine Bestätigung der erfolgreichen Zusammenarbeit der Telefónica Deutschland Gruppe und dem Start-up Wayra.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

## Kategorie Umwelt- und Klimaschutz

### CDP bestätigt weltweite Führungsrolle im Klimaschutz

Von den weltweit mehr als 12.000 Unternehmen, die ihre Umweltdaten für das Jahr 2021 über die Nichtregierungsorganisation [CDP](#) offengelegt haben, gehört die Telefónica, S.A. Group, einschließlich u. a. des Beitrags der Telefónica Deutschland Group, zu den führenden Unternehmen. Das Unternehmen erhielt die Bestnote A bereits das achte Jahr in Folge. CDP bewertet vor allem diejenigen Unternehmen gut, die mit viel Transparenz die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-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.

### Platz 5 unter Deutschlands klimabewusstesten Unternehmen 2022

Die Telefónica Deutschland Gruppe belegt Platz 5 im Ranking „[Deutschlands klimabewussteste Unternehmen 2022](#)“ . Das Magazin Capital hat gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen Statista zum zweiten Mal in Folge die CO<sub>2</sub>-Emissionsdaten von mehr als 2.000 börsennotierten Konzernen, großen Mittelständlern und Familienunternehmen in Deutschland ausgewertet. Die 100 ehrgeizigsten Unternehmen werden im Ranking aufgeführt.

## Kategorie Mitarbeiter:innen

### Auszeichnung mit Corporate Health Award 2021

Wegen ihrer herausragenden Leistungen im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements erreichte die Telefónica Deutschland Gruppe beim [Corporate Health Award 2021](#) den 1. Platz in der Informations- und Kommunikationstechnik-Branche. Beworben um Deutschlands bedeutendsten Preis für betriebliches Gesundheitsmanagement hatten sich insgesamt 354 Unternehmen, Behörden und Institutionen. Die Telefónica Deutschland Gruppe erhielt 2021 den Preis bereits zum dritten Mal.

### Listung im Bloomberg Gender-Equality Index

Die Telefónica Deutschland Gruppe ist im viel beachteten [Bloomberg Gender-Equality Index \(GEI\)](#) gelistet – und das zum dritten Mal

in Folge. Die Gruppe liefert damit ein gutes Beispiel für die transparente, mit Kennzahlen belegte Förderung der Chancengleichheit von Frauen am Arbeitsplatz. Frauenförderung ist Teil der langfristig angelegten Strategie der Telefónica Deutschland Gruppe – auch weil Unternehmen mit hoher Geschlechtervielfalt eine bessere Chance auf überdurchschnittliche Profitabilität haben.

### Einer der besten Ausbilder Deutschlands

Das Capital Magazin hat die Telefónica Deutschland Gruppe zu einem der [besten Ausbilder des Landes](#) gekürt. Auszubildende und dual Studierende können das Unternehmen von Anfang an aktiv mitgestalten, über den Tellerrand hinausblicken und neue Kompetenzen erwerben, u. a. durch ein individuelles Einführungsprogramm zu Beginn und die Rotation durch verschiedene Fachbereiche im weiteren Ausbildungsverlauf.

## Kategorie Netzqualität

### O<sub>2</sub> Netz schneidet sehr gut ab

Im aktuellen [Mobilfunk-Netztest](#) des Fachmagazins connect<sup>1</sup> erreichte das O<sub>2</sub> Netz zum zweiten Mal in Folge die Note „sehr gut“. Mit insgesamt 874 Punkten übertrifft O<sub>2</sub> dabei das bereits sehr gute Vorjahresergebnis (852 Punkte) noch einmal deutlich – trotz verschärfter Messkriterien. Grundlage für

die positive Entwicklung des O<sub>2</sub> Netzes sind die kontinuierlichen Investitionen in den Netzausbau, der Fokus auf schnelles 5G sowie eine Top-Netzperformance. Im Rahmen des Connect Mobilfunk-Netztest, Heft 1/2022, wurde insgesamt dreimal die Note „sehr gut“ vergeben (944, 913 und 874 Punkte).

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

<sup>1</sup> Quelle: Telefónica Deutschland Holding AG Pressemitteilung: „O<sub>2</sub> Netz erzielt bestes Ergebnis der Unternehmensgeschichte“ (30. November 2021).



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**

GRI 102-56

## 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 2021 (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 2021 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

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



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten

GRI 102-56

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

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung der gesetzlichen Vertreter und relevanter Mitarbeiter, die in die Aufstellung des 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 2021 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 9. Mai 2022

### PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad  
Wirtschaftsprüfer

ppa. Annette Daschner



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten



### Verification Statement of AENOR for Telefónica Germany on the Inventory of greenhouse gas emissions corresponding to the year 2021

DOSSIER: 2009/1133/GHG/01

#### Introduction

Telefónica (hereinafter the company) commissioned AENOR to make a limited revision of the inventory of greenhouse gases (GHG) of its activities in the period 2021.

Inventory of GHG emissions issued by the Organisation:

- Corporate: C/ Ronda de la Comunicación, Distrito Telefónica, Madrid (Spain).
- Germany: Georg-Brauchle-Ring 50, 80992 München (Germany).

Representatives of the Organisation: Maya Ormazábal Herrero/Camilo Andrés Guarín García, Climate Change and Energy Efficiency Office. Jürgen Franke, Energy Manager NT Network Implementation/Real Estate & Energy, and Joachim Sandt Senior Corporate Responsibility Manager /Legal & Corporate Affairs of Telefónica Deutschland.

#### Objective

The objective of the verification is to provide the interested parties with an independent and professional opinion on the GHG emissions reported by Telefónica.

#### Scope of the Verification

During the verification the information was analysed according to the operational control approach. Under this approach the geographic scope is established in the following regions:

<b>Organizational and geographic boundaries</b>
<b>Europe</b>
Germany (Fixed and Mobile Network)

The GHG inventory of the organization includes the following GHGs: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O and HFCs.

Direct, indirect activities and exclusions from the verification.

- Scope 1- Direct GHG emissions
- Scope 2 – Energy indirect GHG emissions
- Scope 3- Other indirect emissions. It is included:
  - o Business travel

General Exclusions:

The organization has not excluded any GHG source.



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

## Daten und Fakten



### Materiality

For the verification it was agreed to consider as material discrepancies those omissions, distortions or errors that could be quantified and result in a difference of more than 5% with respect to the total of emissions declared.

### Criteria

The criteria and information that have been taken into consideration to carry out the verification were the following:

1. GHG Protocol. Corporate accounting and reporting standard. Rev 01.
2. Referential ITU-T L.1420 (02/2012) Methodology for energy consumption and greenhouse gas emissions impact assessment of information and communication technologies in organizations.
3. Standard ISO 14064-3:2006: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions.

AENOR waives any responsibility for decisions, regarding investment or of any other type, based on this declaration.

### Verified activity data

Scope 1	Stationary combustion (natural gas)	Nm <sup>3</sup>	301.405,67
Scope 1	Stationary combustion (diesel)	Litres	4.292,00
Scope 1	Mobile combustion (gasoline)	Litres	430.367,42
Scope 1	Mobile combustion (diesel)	Litres	1.075.858,31
Scope 1	Fugitive emission (fluorinated gases)	Kg	484,90
Scope 2	District Heating	kWh	5.086.349,12
Scope 2 (Location)	Electricity consumption	kWh	732.032.303,09
Scope 2 (Market)	Electricity consumption renewable	kWh	822.852.149,26
Scope 3	Business trips, km plane (short)	Km	642.776,00
Scope 3	Business trips, km plane (medium)	Km	611.231,99
Scope 3	Business trips, km plane (long)	Km	112.715,00
Scope 3	Business trips, km (train)	Km	442.070,00



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

**Daten und Fakten**



**Conclusion**

**As a conclusion and according to the limited level of assurance agreed, AENOR states:**

Based on the above, in our opinion *there is no evidence to suggest that the information on GHG emissions reported by Telefónica Germany for the period 2021 is not a true reflection of the emissions from its activities.*

In consequence with this Declaration below is a list of the emissions data that were finally verified.

GHG emissions	t CO2eq
<b>Scope I+II (market method)</b>	<b>5.950,04</b>
Scope I	5.368,56
Mobile Combustion	3.939,82
Stationary Combustion	581,38
Fugitive Emissions	847,36
<b>Scope II (Location)</b>	<b>268.505,30</b>
Electricity	267.923,82
District Heating	581,48
<b>Scope II (Market)</b>	<b>581,48</b>
Electricity	0,00
District Heating	581,48

Lead Verifier: Jesús Carlos SAN MELITON SANZ

Technical Reviewer: Fernando SEGARRA ORERO

Firmado por 52096888W JESUS CARLOS SAN MELITON  
(C:A83076687) el día 28/01/2022 con un  
certificado emitido por AC CAMERFIRMA FOR  
NATURAL PERSONS - 2016

22697070A Firmado  
FERNANDO digitalmente  
SEGARRA por 22697070A  
(C:A830766 FERNANDO  
87) SEGARRA  
(C:A83076687)

Madrid, January 26 th, 2022



Menschen verbinden  
Zuverlässig.nachhaltig.inklusiv

Prinzipien verantwortungsvoller  
Unternehmensführung

Kund:innen und Geschäftspartner

Mitarbeiter:innen

Klima und Umwelt

Gesellschaft und digitale Inklusion

#### Daten und Fakten

GRI 102-53

# Impressum

## Herausgeber

Telefónica Deutschland Holding AG  
Georg-Brauchle-Ring 50  
80992 München  
Tel.: +49 89 2442 0  
[www.telefonica.de](http://www.telefonica.de)

## Corporate Responsibility & Sustainability

E-Mail: [cr-de@telefonica.com](mailto:cr-de@telefonica.com)  
[www.telefonica.de/nachhaltigkeit](http://www.telefonica.de/nachhaltigkeit)

## Investor Relations

E-Mail Institutionelle Investoren:  
[ir-deutschland@telefonica.com](mailto:ir-deutschland@telefonica.com)  
E-Mail Privatinvestoren:  
[shareholder-deutschland@telefonica.com](mailto:shareholder-deutschland@telefonica.com)  
[www.telefonica.de/ir](http://www.telefonica.de/ir)

## Social Media

[www.youtube.com/telefonicadeutschland](https://www.youtube.com/telefonicadeutschland)  
[www.youtube.com/o2de](https://www.youtube.com/o2de)  
[www.twitter.com/telefonica\\_de](https://www.twitter.com/telefonica_de)  
[www.linkedin.com/company/telefonica-germany](https://www.linkedin.com/company/telefonica-germany)

## Verantwortlich für den Inhalt

Claudia von Bothmer

## Projektleitung

Melanie Borsos

## Konzeption, Redaktion, Design und Umsetzung

Telefónica Deutschland Holding AG,  
Corporate Responsibility & Sustainability, München  
Scholz & Friends Reputation, Berlin  
heureka, Essen

## Veröffentlichung

Mai 2022 – alle Zahlen wurden, sofern nicht anders gekennzeichnet, zum 31. Dezember 2021 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, Kanada, Australien, Südafrika oder Japan bestimmt.

Der CR-Report ist online verfügbar unter [www.telefonica.de/cr-report](http://www.telefonica.de/cr-report)

Der gesonderte zusammengefasste nicht-finanzielle Bericht ist online verfügbar unter [www.telefonica.de/nfe](http://www.telefonica.de/nfe)

## Bildnachweise

Brand Bildpool, Justin Lambert: S. 01, Drazen: S. 01, Telefónica: S. 01, Georgijevic: S. 09, Tom Merton: S. 11/13/34, Courtney Keating: S. 13, Hero Images: S. 20/49/109, Portra Images: 34, Alistair Berg: S. 37, Caiimage/Martin Barraud: S. 43, Kentaroo Tryman: S. 55, woraput: S. 55, fizkes: S. 59, pkfawcett: S. 67, Gorodenkoff: S. 75, Westend61: S. 117, New Africa: S. 120, Dominik Gierke: S. 04/05, Karsten Pawlik: S. 06, Henrik Andree: S. 23/25/115, Tobias Koch: S. 28, Maximilian Ostermeier: S. 72, Fernanda Vilela: S. 83, Henning Koepeke/Telefónica Deutschland Gruppe: S. 111

