



**FAIR^{NETZT}
DEN DIGITALEN
WANDEL
GESTALTEN**

Telefónica

Deutschland

ÜBER DIESEN BERICHT

Corporate Responsibility (CR) war bereits vor dem Zusammenschluss der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe für beide Partner ein wesentlicher Bestandteil des unternehmerischen Handelns. Der vorliegende CR-Bericht dokumentiert nun erstmals umfassend das Nachhaltigkeitsengagement der neuen Telefónica Deutschland Group. Er richtet sich an Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Aktionäre und alle weiteren Stakeholder des Unternehmens ebenso wie an die interessierte Öffentlichkeit. Der Bericht wird künftig jährlich erscheinen.

Berichtszeitraum und -grenzen

Der CR-Bericht der Telefónica Deutschland Group umfasst die CR-relevanten Aktivitäten der Telefónica Deutschland Group im Berichtszeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015. Den Report ergänzen Informationen zu CR-Aktivitäten, die vor oder nach dem genannten Zeitraum bis zum Redaktionsschluss im März 2016 stattfanden. Alle quantitativen Kennzahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2015 und gelten für die Telefónica Deutschland Group. Abweichungen von dieser Regel sind entsprechend gekennzeichnet.

Anwendung des neuen Berichtsstandards GRI G4

Dieser Bericht wurde im Einklang mit den Leitlinien des internationalen Standards GRI G4 – Option „comprehensive/umfassend“ – erstellt. Die Auswahl der Berichtsinhalte erfolgte nach dem Prinzip der Wesentlichkeit und berücksichtigt die zentralen Erwartungen der Stakeholder. Für deren Ermittlung hat die Telefónica Deutschland Group im Jahr 2015 einen mehrstufigen Strategieprozess aufgesetzt und das CR-Engagement für das Unternehmen umfassend analysiert. Ziel war es, eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln, Corporate Responsibility in allen Unternehmensprozessen zu verankern und einen integrierten Ansatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu verfolgen. Der Stand bisheriger Maßnahmen, die Ergebnisse und Ziele ebenso wie anstehende Herausforderungen sind in den Kapiteln „CR-Management“, „Leben in der digitalen Welt stärken“, „Verantwortungsvoll wirtschaften“ und „Umwelt schützen“ abgebildet. Im abschließenden Kapitel sind alle relevanten Kennzahlen zusammengefasst. Ergänzend hat die externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young den vorliegenden Bericht nach dem ISAE 3000 revised Standard bewertet. Gegenstand der Prüfung waren ausgewählte Managementansätze und Kennzahlen aus den strategisch wichtigen Handlungsfeldern sowie eine Konsistenzprüfung aller Angaben mit dem Geschäftsbericht 2015 der Telefónica Deutschland Group. Die geprüften Angaben sind im gesamten Bericht und im [GRI G4 Content Index](#) (S. 62–69) entsprechend markiert.

Berichtsformat und Kontakt

Unter www.telefonica.de/verantwortung steht der CR-Bericht der Telefónica Deutschland Group als PDF in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. An gleicher Stelle finden Interessierte weitere aktuelle Informationen rund um das Thema Corporate Responsibility bei der Telefónica Deutschland Group. Bei Rückfragen und ergänzenden Hinweisen können sich Leser an unser CR-Team unter cr-de@telefonica.com wenden. Der aktuelle Geschäftsbericht der Telefónica Deutschland Group kann unter www.telefonica.de/investor-relations abgerufen werden.

Redaktionelle Anmerkung:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Regel nur die männliche Sprachform verwendet. Gleichwohl werden damit beide Geschlechter angesprochen.

01 EINFÜHRENDE TEIL

- [1.1]
Vorwort des CEO
- [1.2]
Unternehmensporträt
- [1.3]
CR-Highlights 2015

02 CORPORATE RESPONSIBILITY MANAGEMENT

- [2.1]
Business-Strategie
- [2.2]
CR-Strategie
- [2.3]
CR-Steuerung
- [2.4]
Compliance
- [2.5]
Stakeholder-Engagement

03 LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

- [3.1]
Lebensqualität: Netz und Produkte
- [3.2]
Digitale Inklusion
- [3.3]
Corporate Citizenship
- [3.4]
Think Big macht's möglich:
youvo.org

04 VERANTWORTUNGSVOLL WIRTSCHAFTEN

- [4.1]
Kunden
- [4.2]
Lieferantenmanagement
- [4.3]
Telefónica als Arbeitgeber
- [4.4]
Datenschutz und Informationssicherheit
- [4.5]
Jugendschutz
- [4.6]
Weniger Stau durch mehr Daten:
Datenanonymisierung

05 UMWELT SCHÜTZEN

- [5.1]
Umweltmanagement
- [5.2]
Energie und CO₂-Emissionen
- [5.3]
Ressourcenschutz
- [5.4]
Mobilfunk und Gesundheit
- [5.5]
Zukunftssicher, dezentral und klimafreundlich:
das Blockheizkraftwerk

06 DATEN & FAKTEN

- [6.1]
Kennzahlentabelle
- [6.2]
Auszeichnungen
- [6.3]
Mitgliedschaften
- [6.4]
CR-Ziele
- [6.5]
Statement Wirtschaftsprüfer
- [6.6]
GRI G4 Content Index
- [6.7]
Impressum

SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

die Digitalisierung verändert unsere Welt mit enormer Geschwindigkeit. Wir sehen diese Entwicklung positiv, denn viele gesellschaftliche Herausforderungen der Zukunft sind ohne digitale Technologien nicht lösbar. Dies betrifft zahlreiche Bereiche vom Gesundheitswesen über Mobilität und den privaten Konsum bis zur öffentlichen Verwaltung.

Die Telefónica Deutschland Group verfügt über zwei wesentliche Rohstoffe der Digitalisierung: Konnektivität, also internetbasierte Verbindungen, und Daten. Diese Rohstoffe wollen wir verantwortungsvoll und im Sinne der Gesellschaft einsetzen. Mit mehr als 48 Mio. Kunden nach dem Zusammenschluss der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe sind wir der nach Kundenzahlen größte Mobilfunkanbieter in Deutschland. Wir entwickeln selbst Lösungen für die Analyse großer Datenmengen und sind überzeugt, damit erheblichen Mehrwert für unsere Kunden und für die Gesellschaft zu schaffen. Unsere Vision haben wir klar formuliert: Bis 2020 werden wir zur Onlife-Telco. Das heißt, dass die Menschen die Errungenschaften der Digitalisierung so nutzen können, wie es zu ihren Wünschen, Vorlieben und Gewohnheiten passt.

Als verantwortungsbewusst handelndes Unternehmen verfolgen wir im Rahmen unserer Corporate-Responsibility-Strategie drei Prioritäten: Erstens soll jeder die Chancen der digitalen Welt nutzen können. Dafür beschleunigen wir nicht nur den Netzausbau, sondern engagieren uns auch mit unseren Programmen Think Big und Tablet-PCs für Senioren für die digitalen Kompetenzen junger und älterer Menschen. Außer um diese Freiheit zur Teilhabe geht es uns zweitens um die Freiheit in der Teilhabe. So setzen wir uns dafür ein, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten und ihr digitales Leben souverän gestalten können. Nur so schaffen wir die notwendige Akzeptanz, um die Chancen der Digitalisierung für die Gesellschaft zu nutzen, und schützen und stärken die Freiheit des Individuums. Unser Leitprinzip lautet deshalb „Deine Welt. Deine Wahl.“. Und drittens engagieren wir uns als Unternehmen mit einer großen technischen Infrastruktur für einen nachhaltigen Einsatz von Ressourcen. So ist es uns in den vergangenen Jahren gelungen, den Energieverbrauch im Netzwerk pro Kundenanschluss um 34 % zu senken. Diese Effizienzsteigerung werden wir weiter forcieren. Denn die Digitalisierung hilft uns zwar, Rohstoffe und Energie auf intelligente Weise einzusparen, doch Netzausbau und wachsender



Datenaustausch erfordern zugleich einen erhöhten Einsatz von Ressourcen. Umso wichtiger ist es, mit ihnen verantwortlich umzugehen. Auch dafür steht die Marke Telefónica.

Dieser Bericht stellt Ihnen vor, was wir unter Corporate Responsibility in Zeiten der Digitalisierung verstehen, welche ambitionierten Ziele wir verfolgen und welche Fortschritte wir bereits gemacht haben. Wir wollen ein fairer Partner für unsere Stakeholder entlang der gesamten Wertschöpfungskette sein, denn nur gemeinsam mit ihnen können wir die digitale Welt von morgen nachhaltig gestalten. Ich würde mich freuen, wenn Sie uns dabei begleiten!

—
Thorsten Dirks
Chief Executive Officer (CEO)

TELEFÓNICA DEUTSCHLAND – AUF DEM WEG ZUR LEADING DIGITAL TELCO

Mit mehr als 48 Mio. Kundenanschlüssen zum 31. Dezember 2015 ist die Telefónica Deutschland Group einer der drei integrierten Netzbetreiber in Deutschland und der nach Kundenzahl größte Mobilfunkanbieter des Landes. Unser Anspruch ist es, als Leading Digital Telco die Menschen auf dem Weg in die digitale Zukunft zu begleiten. Wir nutzen die Chancen der digitalen Transformation, indem wir die Vorteile der Digitalisierung in den Alltag unserer Kunden integrieren, jedem die technologischen Möglichkeiten zugänglich machen und als verllässlicher Partner agieren. Dabei profitieren nicht nur unsere Kunden und weitere Stakeholder, sondern auch die Gesellschaft und unsere Umwelt. Verantwortungsbewusst gestalten wir gemeinsam die digitale Welt von morgen.

Die Telefónica Deutschland Group bietet Mobil- und Festnetz-dienste für Privat- und Geschäftskunden. Wir stellen umfangreiche Post- und Prepaid-Produkte sowie mobile Daten-dienste auf Basis der GPRS-, UMTS- und LTE-Technologie zur Verfügung. DSL-Festnetztelefonie und Highspeed-Internet ergänzen unser Portfolio. Eine wichtige Säule der Telefónica Deutschland Group ist das erfolgreiche Partnergeschäft. Wir sind mit einer Vielzahl von Partnermarken im Markt aktiv und erreichen so Millionen von Kunden über die unterschiedlichsten Kanäle und Segmente. Multinational agierenden Geschäftskunden bieten wir zudem konzernübergreifende Lösungsmodelle. Im Geschäftsjahr 2015 erwirtschaftete die Telefónica Deutschland Group einen kombinierten Umsatz von 7,9 Mrd. EUR und legte damit im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 % zu.

Neben der bekannten Premiummarke O₂ unterhalten wir im Rahmen unserer Mehrmarkenstrategie weitere Zweit- und Partnermarken. Als Partner für das digitale Leben erreichen wir so viele unterschiedliche Kundengruppen und sind sehr gut positioniert, um diesen die passenden Angebote für ihren wachsenden Datenverbrauch zu machen.

Unsere Konzernstruktur

Die Telefónica Deutschland Group ist ein Teil der Telefónica, S.A. Group mit Sitz in Madrid, einem der weltweit größten Telekommunikationsanbieter. Ihre Obergesellschaft, die Telefónica Deutschland Holding AG, ist seit 2012 an der

Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit 2013 im TecDAX gelistet. Unter ihrem Dach befindet sich die hundertprozentige, operativ tätige Tochtergesellschaft Telefónica Germany GmbH & Co. OHG. Seit dem 1. Oktober 2014 ist die E-Plus Gruppe Teil der Telefónica Deutschland Group.

Geschäftssitz der Telefónica Deutschland Holding AG ist München. Weitere Niederlassungen gibt es in mehreren deutschen Städten und Metropolregionen. In Berlin sind wir mit unserer Hauptstadtrepräsentanz vertreten. Im Jahr 2015 waren bei der Telefónica Deutschland Group insgesamt 8.803 Mitarbeiter beschäftigt¹.

¹ Die Mitarbeiterzahlen für 2015 umfassen jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.646 Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.



GEPRÜFT

Für jeden die richtige Marke

The diagram illustrates the brand portfolio of Telefónica Deutschland, categorized into three main groups:

- PREMIUM:** Includes the O₂ brand.
- NON PREMIUM (ZWEITMARKEN):** Includes brands like Blau, BASE, FONIC, ortel, simyo, ay yıldız, and netclub.
- PARTNERMARKEN:** Includes brands like mobilcom sebist, TELEKOM, Keritalk, ALDI TALK, simfinity, TELE2, 1&1, SATURN SUPER SELECT, Media Markt Super Select, and others.

(Auswahl an Partnermarken)

FORTSCHRITTE UNSERES ENGAGEMENTS

ZUGANG FÜR ALLE



Rund 90% UMTS-Abdeckung durch National Roaming. Zügiger LTE-Ausbau, bereits ca. 75% der deutschen Bevölkerung erreicht.

FIT FÜR DIE DIGITALE WELT

Die O₂ Gurus sind Experten für Hardware und Technologie. Sie kennen die neuesten Trends und Geräte und stehen den Kunden mit vielen praktischen Tipps und Tricks zur Seite. Sie beraten online, telefonisch, in Webinaren und in vielen O₂ Shops.

JUGENDPROGRAMM THINK BIG



Mit Think Big inspirierten wir im Jahr 2015 rund 20.000 junge Menschen, ihre digitalen Kompetenzen auszubauen, eigene Ideen zu entwickeln und diese in gemeinnützigen Projekten umzusetzen.

VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT DATEN

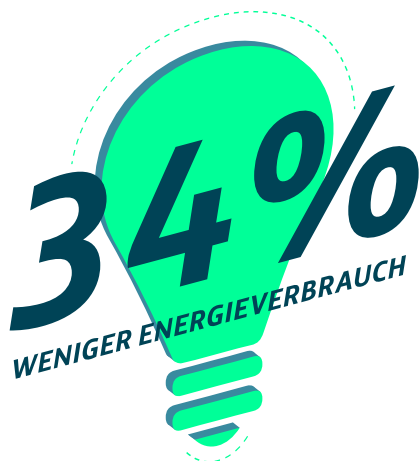


Wir haben in enger Abstimmung mit den Datenschutzbehörden ein eigenes Datenanonymisierungsverfahren entwickelt und zum Patent angemeldet.

APPS UND LÖSUNGEN FÜR DEN DIGITALEN LEBENSSTIL

Zusammen mit unseren Partnern haben wir im Jahr 2015 Haushalte und Unternehmen mit intelligenten Produkten zur Energieeinsparung ausgestattet.

STARK IM KLIMASCHUTZ



Senkung des Energieverbrauchs im Netzwerk pro Kundenanschluss von 2007 bis 2015 um 34 % sowie Anteil von Strom aus erneuerbaren Energien, gemessen an unserem Gesamtstromverbrauch, bei 74 %.

AUSGEZEICHNET! GERMAN GENDER INDEX

Wir sind auf Rang 2 unter 50 börsennotierten deutschen Unternehmen mit besonders hoher Gender-Diversität.

HANDYRECYCLING RESSOURCENSCHONUNG MIT PROGRAMM



Gemeinsam mit der gemeinnützigen AfB und dem NABU haben wir im Rahmen des neu aufgesetzten Handyrecyclingprogramms 45.812 Althandys im Jahr 2015 eingesammelt.

DIGITALER ZUGANG FÜR SENIOREN



2015 verteilten wir Tablet-PCs an ausgewählte Senioreneinrichtungen und machten durch Schulungen rund 1.400 ältere Menschen mit digitaler Technik vertraut.

IM DIALOG MIT STAKEHOLDERN



Mehr als 170 Veranstaltungen im Jahr 2015 im Telefónica BASECAMP, davon 75 eigene Events rund um das Thema Digitalisierung.

Kapitel [2]

—

CORPORATE RESPONSIBILITY MANAGEMENT

- 2.1 — Business-Strategie
- 2.2 — CR-Strategie
- 2.3 — CR-Steuerung
- 2.4 — Compliance
- 2.5 — Stakeholder-Engagement

SHAPING THE LEADING DIGITAL TELCO ...

Die digitale Revolution erfasst alle Bereiche in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie verändert die Art und Weise, wie wir leben und arbeiten. Die Telekommunikationsbranche trägt maßgeblich dazu bei, dass diese digitale Zukunft Wirklichkeit wird.

Die Telefónica Deutschland Group ist nach dem Zusammenschluss mit der E-Plus Gruppe das nach Kundenzahl größte Mobilfunkunternehmen in Deutschland. Diese starke Ausgangsposition nutzen wir, um das führende digitale Telekommunikationsunternehmen in Deutschland zu werden – die Leading Digital Telco. Das bedeutet: Wir wollen unseren Kunden das beste Erlebnis bei Netz, Produkten und Services in Verbindung mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

Im ersten Jahr nach dem Zusammenschluss haben wir das Fundament für die Leading Digital Telco gelegt. Wir haben unser Momentum gehalten und unsere Marktposition weiter ausgebaut. Zudem haben wir die Integration beider Unternehmen weiter vorangetrieben. Auf diesem Fundament starten wir nun die digitale Transformation des Unternehmens: Wir wollen ein schlankes und effizientes Unternehmen werden, das den sich wandelnden Telekommunikationsmarkt der Zukunft optimal bedient, seinen Kunden ein einmaliges Erlebnis bietet und dadurch langfristig erfolgreich ist.

Geleitet von unseren Unternehmenswerten – Leidenschaft, Mut, Ergebnisverantwortlichkeit und Kooperation – treiben wir den Umbau der Telefónica Deutschland Group weiter voran. Mit dem Programm „Future Now“ haben wir einen Bauplan für diesen Prozess entwickelt. Er umfasst die konsequente Vereinfachung von Strukturen und Prozessen, die Weiterentwicklung der besten Mitarbeiter und Talente sowie die Förderung von Innovationen und den vertrauensvollen Dialog mit unseren Stakeholdern.



... to become the Onlife-Telco

Um die enormen Chancen der Digitalisierung zu nutzen, haben wir eine überzeugende Vision entwickelt: Telefónica will bis zum Jahr 2020 zur Onlife-Telco werden. Das bedeutet, dass die Kunden die Errungenschaften der Digitalisierung künftig so nutzen können, wie es zu ihren Wünschen, Vorlieben und Gewohnheiten passt. Dabei setzen wir uns dafür ein, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten und ihr digitales Leben souverän gestalten können. Diese individuelle Freiheit in der Teilhabe am digitalen Leben untermauern wir in Deutschland durch unser Motto „Deine Welt. Deine Wahl.“

Wir wollen unseren Beitrag leisten, damit Deutschland und Europa eine führende Rolle bei der Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft zukommt. Dazu gehört nicht zuletzt, Verantwortung zu übernehmen und bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf den Einzelnen, die Gesellschaft und die Umwelt im Blick zu behalten.

FAIRNETZT – DEN DIGITALEN WANDEL GESTALTEN

Die neue CR-Strategie der Telefónica Deutschland Group ist das Ergebnis eines umfangreichen Strategieprozesses im Jahr 2015. Es galt dabei, zum einen unsere stärkere Marktposition nach dem Zusammenschluss mit der E-Plus Gruppe in Einklang mit den gestiegenen Erwartungen unserer Stakeholder zu bringen. Zum anderen wollen wir die Chancen der Digitalisierung aktiv nutzen und unseren ambitionierten Zielen für eine nachhaltige Entwicklung gerecht werden.

Integrierter Ansatz entlang der Wertschöpfungskette

Im Jahr 2015 haben wir begonnen, in einem mehrstufigen Prozess eine ganzheitliche Strategie zu entwickeln, die Corporate Responsibility auf allen Unternehmensebenen fest verankert und einen integrierten Ansatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette verfolgt. Dabei ging es zunächst darum, Handlungsfelder zu identifizieren, diese im nächsten Schritt zu priorisieren und abschließend Maßnahmen abzuleiten. Zur Themenfindung haben wir unternehmens-, markt- und branchenspezifische Analysen umfassend ausgewertet. Mithilfe eines statistischen Modells ermittelten wir zudem die wichtigsten Nachhaltigkeitsauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit. Die statistische Analyse ergab die drei wesentlichen CR-Dimensionen im Hinblick auf die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit: „Leben in der digitalen Welt stärken“, „Verantwortungsvoll wirtschaften“ und „Umwelt schützen“.

Materialitätsprozess ermittelt wesentliche Themen

Innerhalb dieser drei Dimensionen konnten wir die 13 für unser Unternehmen wichtigsten Themen entlang der gesamten Wertschöpfungskette definieren, die wir von unseren Stakeholdern validieren und bewerten ließen. Die Auswahl der Stakeholder erfolgte anhand der ermittelten CR-Themen auf Basis der unternehmens-, markt- und branchenspezifischen Analysen. Unsere Online-Befragung hat die Erwartungen von mehr als 1.300 Stakeholdern – darunter Privatkunden, Mitarbeiter, Investoren und Analysten, Zulieferer und Repräsentanten gemeinnütziger Organisationen – erfasst. Die Ergebnisse mündeten in eine Materialitätsmatrix, die die unterschiedliche Wesentlichkeit der Themen entlang der Wertschöpfungskette veranschaulicht. In Workshops haben der Vorstand und das Senior Management in den jeweiligen Dimensionen künftige Schwerpunktthemen definiert. Dies sind die Themen „Digitale Inklusion“, „Lebensqualität steigern“, „Fairer Partner für alle Interessengruppen“, „Datenschutz“ und „Compliance“ sowie „Energie und CO₂-Emissionen“. Eine detaillierte Aufschlüsselung der Ergebnisse zeigt die Grafik zur Schwerpunktsetzung entlang der Wertschöpfungskette der Telefónica Deutschland Group (S. 11). Für die wichtigsten Handlungsfelder haben wir im Jahr 2015 begonnen, in Workshops mit den zuständigen Fachbereichen die passenden Maßnahmen festzulegen bzw. weiterzuentwickeln und den Umgang mit möglichen Lücken zu klären.

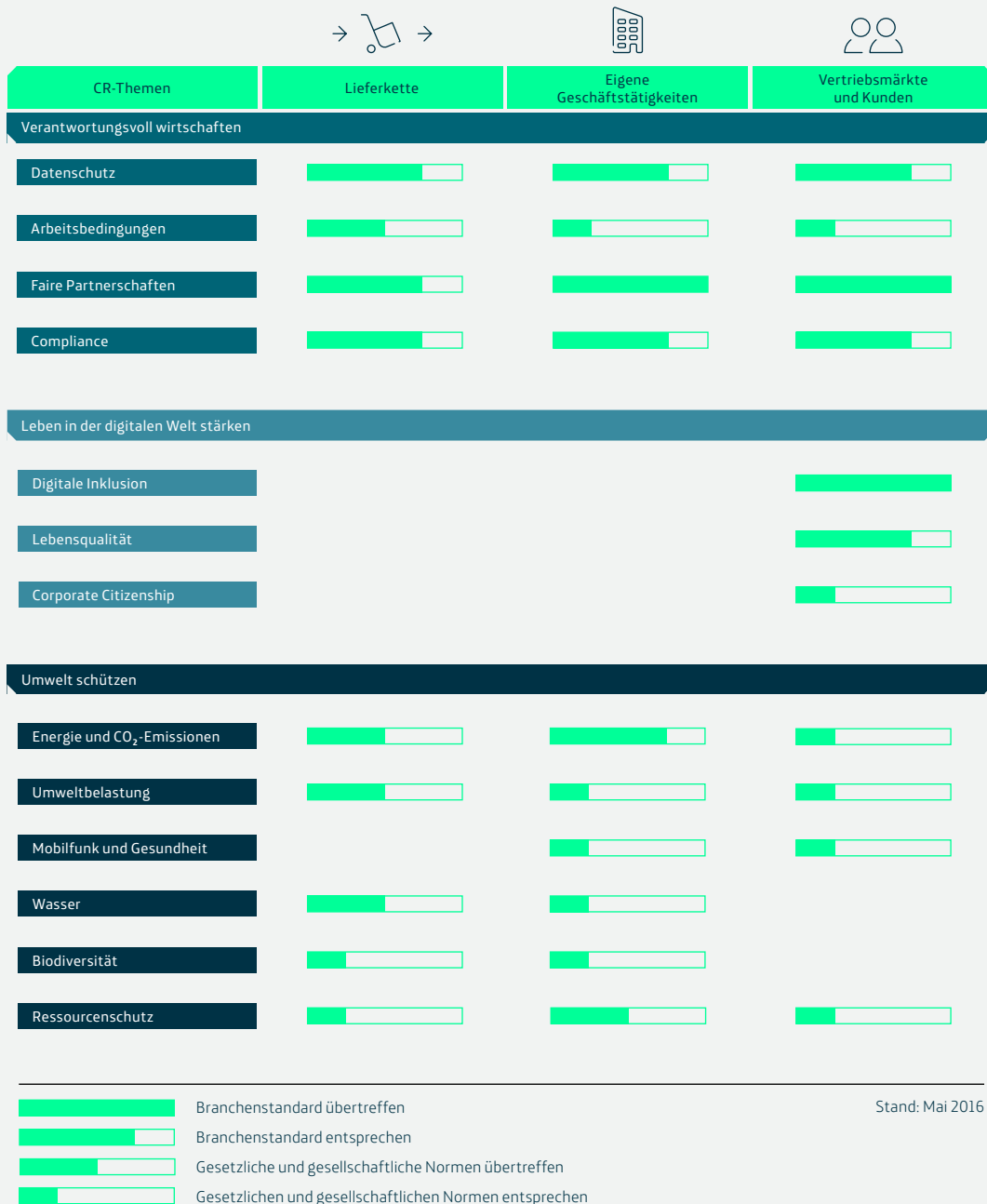


GEPRÜFT



GEPRÜFT

Corporate Responsibility Themen mit Schwerpunktsetzung entlang der Wertschöpfungs- kette der Telefónica Deutschland Group



GEPRÜFT

ZIELORIENTIERTES UND MESSBARES HANDELN

Für die Steuerung unserer CR-Strategie haben wir klare Verantwortlichkeiten definiert. Die Abteilung Corporate Responsibility entwickelt die nationale Nachhaltigkeitsstrategie in Anlehnung an die Unternehmensstrategie, die durch die Geschäftsleitung geprüft und freigegeben wird. Darüber hinaus koordiniert die Abteilung bereichsübergreifend alle CR-Aktivitäten. Im Einklang mit der globalen CR-Strategie der Telefónica, S.A. Group übersetzt sie die Strategie in die Fachbereiche und auf die lokalen Belange und überprüft die Zielerreichung. Zudem initiiert die Abteilung neue Projekte und steuert die aktuellen Maßnahmen gemäß den drei Schwerpunkten unserer CR-Strategie. Um die Erwartungen an unser Unternehmen genau zu erkennen, stehen die CR-Abteilung ebenso wie die betreffenden Fachbereiche im engen Austausch mit den Stakeholdern. Dieser Dialog ermöglicht der Telefónica Deutschland Group die Bestimmung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und der zukünftigen Handlungsfelder.

Konzernweite Abstimmung durchgehend gewährleistet

Bei übergreifenden Themen im Bereich Corporate Responsibility tauscht sich die Telefónica Deutschland Group mit der Telefónica, S.A. Group aus. Auf nationaler Ebene arbeiten die zuständigen Fachabteilungen gemeinsam mit der CR-Abteilung in unterschiedlichen Gremien wie dem CR-Committee und dem Environment-Committee zusammen und diskutieren Maßnahmen sowie Ergebnisse.

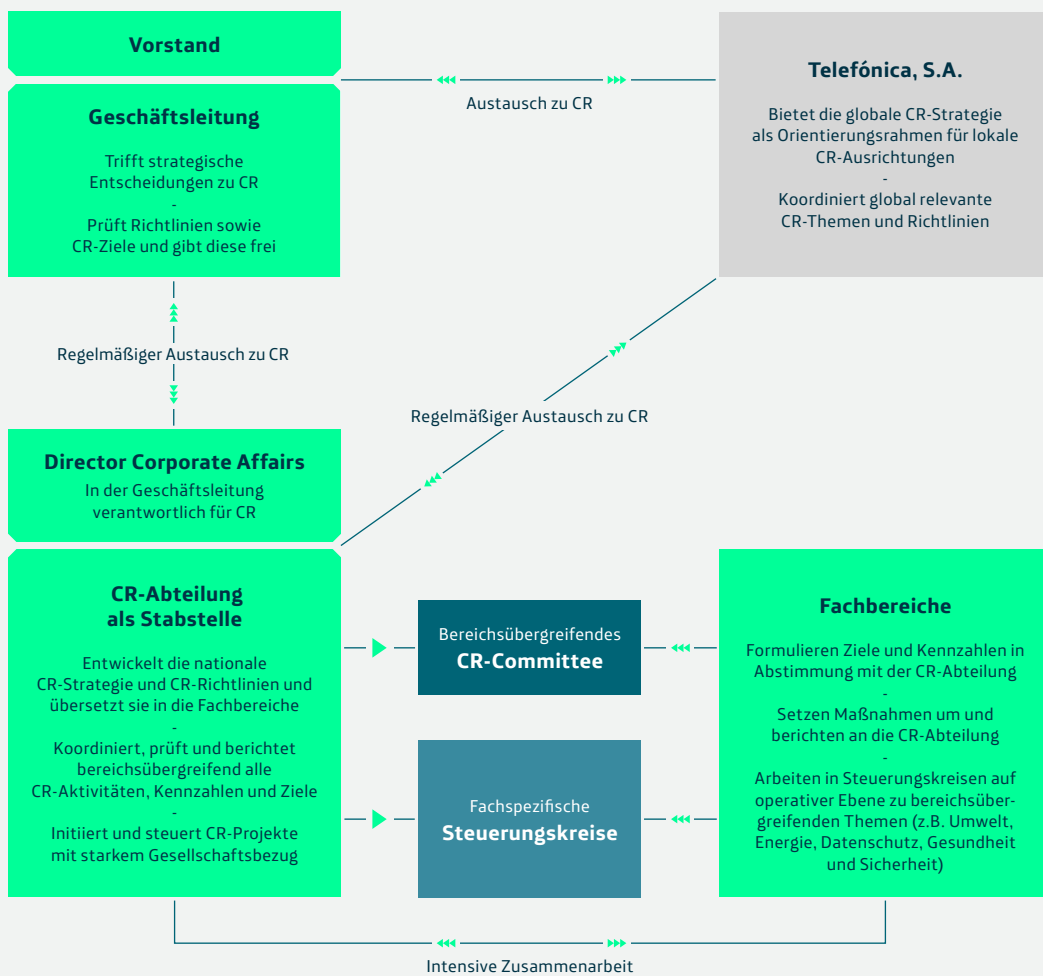
Kennzahlen für transparente Ergebnisse

Die jährlich gemeinsam mit den Fachbereichen festgelegten CR-Ziele werden durch die Geschäftsleitung geprüft und freigegeben. Über unternehmensweit definierte Schlüsselkennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) integrieren wir die Ziele in unsere Steuerungsprozesse. Die Telefónica Deutschland Group hat hierzu gruppenweit Indikatoren für die Bereiche Mitarbeiter, Kunden, Umwelt und Energie, Compliance, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Gesellschaft sowie Lieferanten eingeführt.

Den Erfolg bei der Umsetzung unserer Ziele überprüfen wir in regelmäßigen Treffen mit dem Senior Management der beteiligten Fachbereiche und unserem Director Corporate Affairs, der innerhalb der Geschäftsleitung der Telefónica Deutschland Group für CR verantwortlich ist. Die Zielerreichung wird auch der Geschäftsleitung vorgelegt. Die jährliche Verifizierung unserer wichtigsten Kennzahlen übernimmt eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Der wichtigste Schlüssel zur Verwirklichung der Ziele sind unsere Mitarbeiter, die wir regelmäßig über unsere CR-Aktivitäten informieren und miteinbeziehen. Ebenso schließen wir unsere Zulieferer aus weltweit 24 Ländern mit ein. Unser Lieferantenmanagement integriert ethische, ökologische, soziale und gesundheitliche Kriterien in alle Beschaffungsprozesse.

CR-Organigramm Telefónica Deutschland Group



COMPLIANCE WEITER GESTÄRKT

Vertrauenswürdigkeit zu bewahren und zu vertiefen, gehört zu den wichtigsten Voraussetzungen auf dem Weg zur Leading Digital Telco. Das integre und verantwortungsbewusste Handeln aller Mitarbeiter ist der Grundstein für die Reputation unseres Unternehmens.

Internationale Standards und eigene Richtlinien für klare Orientierung

Die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben, internationalen Standards und unseren internen Richtlinien bilden die Basis unseres unternehmerischen Handelns. Den Geschäftsgrundsätzen von Telefónica, S.A. sowie unseren eigenen liegen die UN-Menschenrechtscharta sowie die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zugrunde.

Die Telefónica Deutschland Group hat sich einer effizienten, nachhaltigen und transparenten Unternehmensführung sowie Werten verpflichtet, die die Grundlage unserer Geschäftsgrundsätze bilden. Unsere Prinzipien bieten nicht nur bei der Gestaltung von Arbeitsprozessen eine wichtige Hilfestellung, sie regeln auch den Umgang mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Aktionären und anderen Stakeholdern.

Zur Konkretisierung der in den Geschäftsgrundsätzen enthaltenen Vorgaben hat unser Unternehmen klare interne Richtlinien und Leitfäden verankert. Als verbindlicher Verhaltenskodex setzen sie Maßstäbe für die Teilnahme am Geschäftsleben. Die Geschäftsgrundsätze enthalten zudem wertvolle Hilfestellungen für Situationen mit rechtlichen oder ethischen Interessenkonflikten, um integer und professionell handeln zu können.

Neben geltenden Gesetzen, nationalen und internationalen Standards und unseren eigenen Grundsätzen befolgen wir den Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Dieser enthält Vorgaben für die Überwachung und Leitung von Unternehmen sowie eine Reihe von Empfehlungen, u.a. zur Berichtspflicht, denen wir entsprechen, soweit nicht in der Entsprechenserklärung Abweichungen erklärt werden. Unter anderem berichten Vorstand und Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG im Corporate-Governance-Bericht über die Corporate Governance im Unternehmen. Der Bericht

und unsere Entsprechenserklärung zu den Vorgaben des DCGK wie auch unsere Erklärung zur Unternehmensführung werden im Geschäftsbericht veröffentlicht.

Prävention nimmt Schlüsselfunktion ein

Die Abteilung Compliance überwacht die Einhaltung aller Vorgaben gemeinsam mit den verantwortlichen Abteilungen. Verstöße werden konsequent verfolgt. Ein besonderes Augenmerk legen wir auf die Sensibilisierung und Aufklärung unserer Mitarbeiter, um potenzielle Risiken bereits im Vorfeld zu minimieren. Dazu trägt ein umfassendes Schulungsprogramm mit Lehrformaten im Präsenz- und Online-Modus bei. So muss jeder Mitarbeiter an einem obligatorischen Training zu unseren Geschäftsgrundsätzen teilnehmen und dieses regelmäßig wiederholen. 2015 wurden 83,1 %¹ unserer Festangestellten zu den Unternehmensgrundsätzen geschult.

Unsere Beschäftigten sind angehalten, die Abteilung Compliance über Vorgänge zu informieren, die zu einem Verstoß gegen unsere Grundsätze führen können oder geführt haben. Sie können das per Telefon, Intranet oder anonym über einen Whistleblower-Kanal tun. Unsere Lieferanten und weitere Stakeholder haben ebenso die Möglichkeit, diesen Kanal für ihre Meldungen und Informationen zu nutzen. Wir legen besonderen Wert darauf, die Unabhängigkeit dieser Confidential Helpline zu gewährleisten. Deshalb werden sämtliche Hinweise von einem externen Vertrauensanwalt (Ombudsmann) entgegengenommen und bearbeitet.

Das System funktioniert – 2015 wurde aufgrund einer Meldung über das Whistleblower-System ein Audit durchgeführt. Die geäußerten Vorwürfe haben sich nach eingehender Untersuchung nicht bestätigt. 2015 wurden keine weiteren Beschwerden zur Verletzung der Unternehmensgrundsätze, zu Korruptions- oder Diskriminierungsvorfällen oder zu wettbewerbswidrigem Verhalten angezeigt.

¹ Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeiter in Auszeit und ohne externe Berater. (Mitarbeiterbasis 4.719)



GEPRÜFT



GEPRÜFT

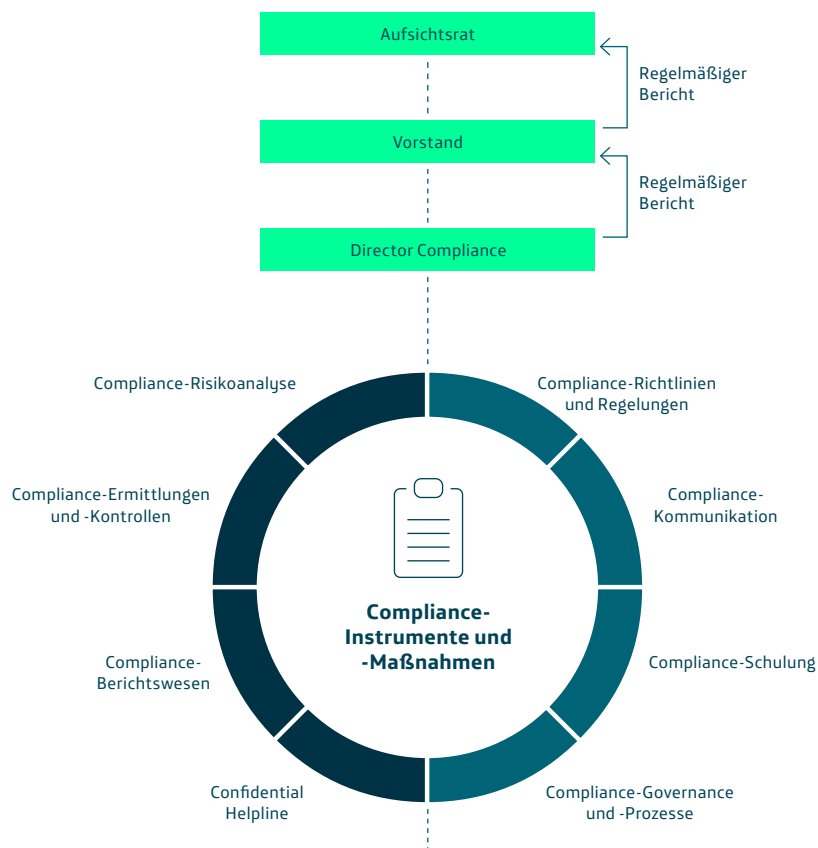


Transparentes und zielorientiertes Compliance-Management

Die Gesamtverantwortung für Compliance liegt beim Director Compliance, Corporate Security & Data Protection. Vorstand und Aufsichtsrat erhalten regelmäßig Berichte über die Compliance-Aktivitäten, auch über die fortlaufende Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems (CMS). Das System ist Teil des Prüfungsplanes unserer internen Auditabteilung.

Unsere Compliance-Ziele haben wir erreicht: Die bestehenden Regeln zu Geschenken und Bewirtung sowie zu Korruption und Interessenkonflikten wurden konsolidiert und aktualisiert. Unsere internen Richtlinien zur Beauftragung externer Dienstleister haben wir überarbeitet. Zwei webbasierte Trainingsmodule zu Datenschutz und Informationssicherheit konnten überarbeitet und verbessert werden. Weiterhin haben wir einen zusätzlichen, an den operativen Geschäftsprozessen ausgerichteten Informationskanal zur Meldung von Vorkommnissen – das Corporate Security Emergency Centre (CSEC) – implementiert.

Integriertes Compliance-Management-System bei der Telefónica Deutschland Group



REGELMÄSSIGER DIALOG MIT PARTNERN UND GESELLSCHAFT_



Die Telefónica Deutschland Group möchte es ihren Kunden, Partnern und der Gesellschaft insgesamt ermöglichen, die „Welt unbegrenzter Möglichkeiten“ und die Errungenschaften der Digitalisierung so nutzen zu können, wie es zu ihren Wünschen, Vorlieben und Gewohnheiten passt. Voraussetzung dafür ist, dass wir deren Bedürfnisse genau kennen und mit unserem unternehmerischen Handeln in Einklang bringen. Wir stehen mit allen relevanten Stakeholder-Gruppen in intensivem Austausch, insbesondere mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Shareholdern und mit Nichtregierungsorganisationen. Dafür nutzen wir unterschiedliche Formate: von der Kundenkommunikation in unseren Shops über Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit, Lieferantengespräche, Veranstaltungen in unserer Hauptstadtrepräsentanz bis hin zum Dialog mit den Kapitalmarktakteuren.

Richtungsweisende Studie liefert Erkenntnisse über die Digitalisierung

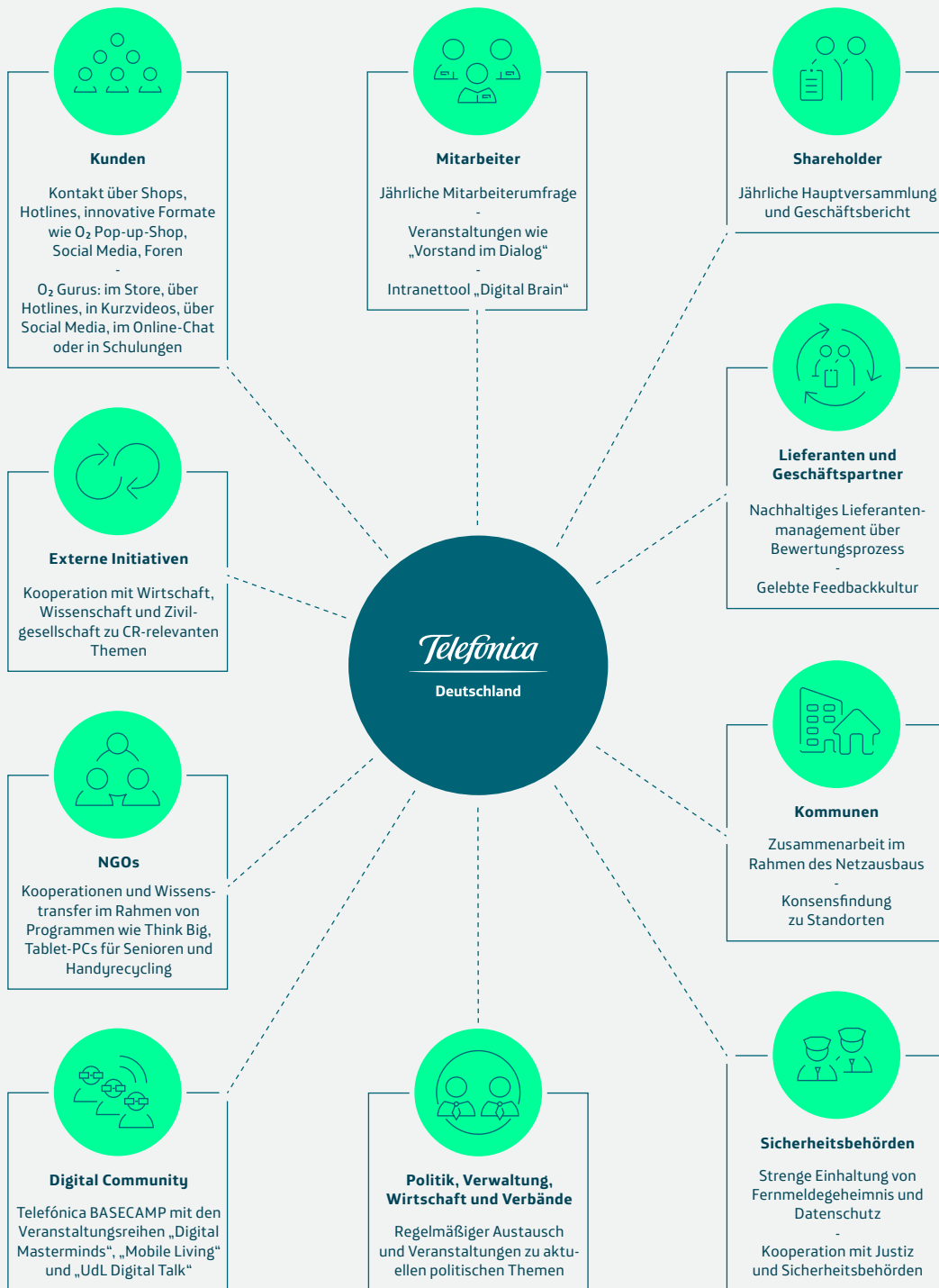
Studien und Umfragen helfen uns, aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen besser zu verstehen, vorherzusagen und diese auch in unseren Geschäftsprozessen abzubilden.

Der Telefónica Index on Digital Life, kurz TIDL, ist die bislang umfassendste Meta-Studie zum Thema Digitalisierung. Sie untersucht den Entwicklungsstand der Digitalisierung in verschiedenen Ländern rund um den Globus und ermöglicht, deren Stärken und Schwächen in diesem Bereich detailliert zu bestimmen. Der Index baut auf Kennziffern etablierter Studiergebnisse und Indizes auf, kombiniert und verdichtet diese und wandelt sie in prägnante Kennzahlen um. Telefónica, S.A. entwickelt den TIDL gemeinsam mit dem renommierten Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI). Zum Redaktionsschluss des CR-Reports stand die Veröffentlichung des TIDL noch bevor.



www.basecamp.info
www.facebook.com/basecampberlin
www.telefonica.de

Im Dialog mit unseren Stakeholdern



Kapitel [3]

—

LEBEN IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

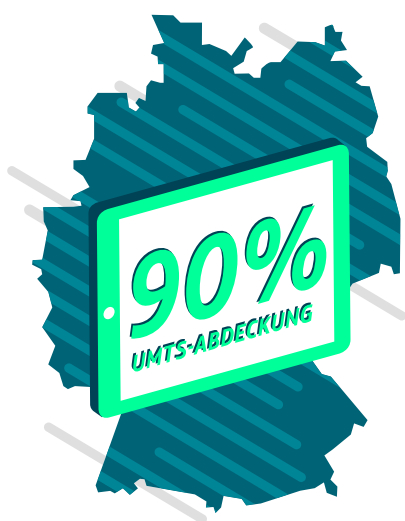
- 3.1 — Lebensqualität: Netz und Produkte
- 3.2 — Digitale Inklusion
- 3.3 — Corporate Citizenship
- 3.4 — Think Big macht's möglich: youvo.org

MEHR LEBENSQUALITÄT DURCH DIGITALE LÖSUNGEN

Die Digitalisierung ist ein Motor für Wachstum und Wohlstand. Die Telefónica Deutschland Group ist auf dem Weg, das führende digitale Telekommunikationsunternehmen in Deutschland zu werden, und will alle Menschen an den Vorteilen der digitalen Revolution teilhaben lassen. Unsere Produkte und Dienstleistungen sowie eine Vielzahl innovativer Lösungen nutzen das Potenzial der Digitalisierung für mehr Lebensqualität im Alltag.

Netzintegration und -ausbau vorantreiben

Seit Mitte April 2015 profitieren alle Kunden der Telefónica Deutschland Group sowie unserer Partnermarken von National Roaming: Wenn das Heimatnetz nur GSM bietet, das andere Netz aber UMTS, wechseln die Mobiltelefone automatisch in das bessere UMTS-Netz. Gemeinsam verfügen wir über das dichteste UMTS-Netz in städtischen Gebieten und versorgen rund 90 % der Bevölkerung mit dem schnellen Standard. Das Netzerlebnis im Freien, aber auch in Gebäuden oder in der U-Bahn hat sich somit merklich verbessert.



Zum Jahresbeginn 2016 starteten wir mit einem technischen Großprojekt, das in Europa bisher einzigartig ist: der Integration der Netze von O₂ und E-Plus. Das gemeinsame Netz wird über mehr als 25.000 Mobilfunkstationen verfügen, die optimal über ganz Deutschland verteilt sind. Im Jahr 2016 werden wir 60 % der Bevölkerung mit dem neuen, integrierten Netz erreichen. Unseren Schwerpunkt legen wir zunächst auf Ballungsräume, damit möglichst viele Menschen zeitnah die Vorzüge nutzen können. Wir beginnen dabei mit der Zusammenführung der UMTS- und GSM-Netze. In fünf Jahren soll die komplette Netzintegration abgeschlossen sein.

Zeitgleich arbeiten wir weiterhin am Ausbau der LTE-Versorgung. Zum Ende des Berichtsjahrs erreichten wir rund drei Viertel der Bevölkerung in Deutschland mit diesem Mobilfunkstandard der vierten Generation. Zur Jahresmitte 2016 werden wir die Nutzung eines gemeinsamen LTE-Netzes anbieten können. Damit sind wir auch zukünftig in der Lage, unseren Kunden ein optimales Netzerlebnis zu bieten. Überdies tragen wir mit unserer Arbeit zum Ausbau der bundesweit angelegten Breitbandversorgung bei.

Produktinnovationen geben Wachstumsimpulse

Wir arbeiten intensiv daran, Trends und neue technologische Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und daraus kundenorientierte Produkte und Services abzuleiten. Damit schaffen wir eine wichtige Grundlage für unseren nachhaltigen Geschäftserfolg. So haben wir 2015 in Deutschland Voice over LTE (VoLTE) eingeführt, wodurch der Verbindungsaufbau verkürzt, die Sprachqualität verbessert und Batterielaufzeiten der Geräte verlängert werden. Als erster Mobilfunkanbieter haben wir zudem eine App für Android und iOS entwickelt, die WLAN-Telefonie mit dem Smartphone ermöglicht. Dazu bieten wir unseren Kunden weitere innovative Formate wie die Möglichkeit, iPhone-Apps per Handyrechnung zu bezahlen, Videotelefonie, Chat und den Austausch von Dateien via Filesharing.

Internet der Dinge und Advanced Data Analytics prägen die Zukunft

IP-Konnektivität und Datenanalyse sind die Rohstoffe der Digitalisierung. Sie sind nicht nur der Kern unseres bestehenden Geschäfts, sondern eröffnen enorme Chancen für die Zukunft. Dies gilt insbesondere für das aufkommende Internet der Dinge und den Bereich Advanced Data Analytics. Diese beiden Geschäftsfelder werden uns zusätzliche Impulse geben und die Möglichkeit bieten herauszufinden, was Kunden und Gesellschaft im digitalen Zeitalter wirklich bewegt.

Im Fokus steht dabei zunehmend das so genannte Internet der Dinge – die intelligente Vernetzung von Geräten, Maschinen und Fahrzeugen. In fünf Jahren wird es um ein Vielfaches mehr verbundene Geräte und Maschinen auf der Welt geben als Menschen. Die Telefónica Deutschland Group treibt diese Entwicklung branchenübergreifend mit voran und bietet

Unternehmen gemeinsam mit Partnern Lösungen zur Vernetzung im Internet der Dinge an. Schon heute können wir auf eine Vielzahl von Anwendungen in diesem Bereich verweisen.

Von vernetzten Schuhen bis hin zu intelligenten Gas- und Stromzählern ist vieles möglich. So enthält eine spezielle Schuheinlage der Firma GTX Corporation die Global-SIM der Telefónica Deutschland Group. Diese erleichtert auf Basis übermittelter Geodaten und einer speziellen Website die Ortung hilfsbedürftiger Menschen. Ein weiteres Beispiel ist eine neue Smartphone-App unseres Partners digades: Autofahrer können mit ihrer Hilfe bequem die Standheizung ihres Wagens steuern. Über ein Webportal geben sie dazu Abfahrtszeit und Wunschtemperatur ein – unabhängig vom Standort ihres Fahrzeugs.



Neben der Konnektivität für das Internet der Dinge sind Daten der zweite zentrale Rohstoff der Digitalisierung. Mit Advanced Data Analytics werden aus großen Datenmengen Erkenntnisse gewonnen, auf denen in Zukunft viele Ideen und Lösungen für alle Bereiche des Lebens basieren werden – von der Mobilität über die Gesundheit und den privaten Konsum bis hin zur öffentlichen Verwaltung. Die Analyse dieser Daten nutzt sowohl dem Einzelnen als auch der Gesellschaft. Mit ihnen können beispielsweise Sicherheit und Umwelteffizienz im Verkehr erhöht und medizinische Diagnosen verbessert werden. Daten im Kontext zu analysieren und aus den Ergebnissen Schlüsse zu ziehen, schafft Mehrwert. Dabei bieten wir unseren Kunden volle Transparenz und Wahlmöglichkeiten bei der Datenverwendung. Denn wir wollen, dass unsere Kunden die Hoheit über ihre Daten behalten.



Anwendungsmöglichkeiten gibt es sowohl bei der Optimierung unserer eigenen Arbeit als auch bei der Erschließung neuer Geschäftsfelder. Wir setzen zum Beispiel bei der Netzplanung auf innovative Datenanalyseverfahren. Die Telefónica Deutschland Group hat einen Algorithmus entwickelt, der den Ausbau des LTE-Netzes so steuert, dass wir die Kapazitäten optimal auf den tatsächlichen Bedarf ausrichten können. Damit erreichen wir maximale Effizienz beim Netzausbau. Durch Advanced Data Analytics eröffnen sich zudem Chancen in neuen Anwendungsgebieten. Ein Beispiel dafür ist Mobility Insights, ein B2B-Produkt der Telefónica Deutschland Group, das die Bewegungsströme in Innenstadtlagen misst. Hiervon profitieren Einzelhändler ebenso wie Stadtplaner.

Shops werden zu Erlebniswelten

Unsere Shops haben wir in einem ersten Schritt unter der O₂ Marke harmonisiert, um in der Kundenansprache vor Ort einheitlich aufzutreten. Mithilfe eines neuen Konzepts werden wir unsere Filialstandorte zudem erlebnisreicher gestalten und die Serviceorientierung weiter stärken. So können unsere Kunden künftig auf verschiedenen Wegen – online oder per Smartphone – Termine im Shop vereinbaren und dort einchecken. Im Shop selbst machen wir die Digitalisierung mit wechselnden Themenwelten greifbar. Dank des sukzessiven Roll-outs mobiler Kassen verkürzen wir künftig die Wartezeiten – ein weiterer spürbarer Kundenvorteil.



CHANCENGLEICHHEIT IN DER DIGITALEN WELT STÄRKEN

Die Telefónica Deutschland Group vereinfacht mit ihren digitalen Lösungen die Arbeits- und Lebenswelten der Kunden. Angesichts des immer schnelleren technologischen Fortschritts begreifen wir es als wichtige gesellschaftliche Aufgabe, allen Menschen die Teilhabe an der Digitalisierung zu ermöglichen. Durch unseren Schwerpunkt Digitale Inklusion schaffen wir die Voraussetzungen dafür, dass sich alle sicher und souverän im digitalen Raum bewegen können. Hierfür haben wir uns drei Schwerpunkte gesetzt: den Menschen den Zugang zu ermöglichen, ihre Kompetenzen zu stärken sowie innovative Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen.

Allen Menschen einen Zugang ermöglichen

Ein Netzzugang ist die notwendige Grundvoraussetzung, um von der wachsenden Menge an Informationen, Produkten und Dienstleistungen im Internet profitieren zu können. Dafür bieten wir als Telekommunikationsunternehmen die notwendige Konnektivität und setzen uns dafür ein, allen Menschen die Teilhabe an einem digitalen Leben zu ermöglichen. In manchen Fällen fehlen jedoch die finanziellen Mittel oder es ergeben sich andere Benachteiligungen. Daher erleichtern wir den Zugang zu mobilen Datendiensten, indem wir unter anderem im Prepaid-Bereich digitale Potenziale erweitern. Und wir bieten Menschen mit Behinderung, Familien und jungen Menschen besondere Vorteilstarife.

Mit einer Reihe von Maßnahmen unterstützen wir diejenigen, für die die Teilhabe am digitalen Leben nicht selbstverständlich ist. Zum Beispiel unterstützen wir das Unternehmen VerbaVoice GmbH, das den gleichnamigen Schriftdolmetscherdienst entwickelt hat. Hörgeschädigte können damit nahezu in Echtzeit Gespräche und Vorträge auf mobilen Endgeräten mitlesen. Der Schriftdolmetscherdienst wandelt Gesprochenes in Schrift um und übermittelt die Inhalte über eine Internetplattform auf das Endgerät des Nutzers.

WLAN für geflüchtete Menschen

Um Flüchtlingen aus Krisengebieten den Weg ins Internet zu erleichtern, stellen wir deutschlandweit 100 WLAN-Boxen auf Mobilfunkbasis kostenlos zur Verfügung, vor allem in

provisorischen Unterkünften. So können rund 25.000 Nutzer diese MiFi-Hotspots ohne Datenbegrenzung zum Surfen in Anspruch nehmen. Wir arbeiten bei diesem Projekt eng mit dem Bündnis „Aktion Deutschland Hilft“ zusammen.

Kunden für die digitale Welt fit machen

Wer digitales Wissen nutzen will, sollte sicher mit persönlichen Daten und digitalen Medien umgehen können. Dafür setzen wir uns mit mehreren Programmen ein. So helfen etwa die O₂ Gurus unseren Kunden online, telefonisch und in vielen unserer O₂ Shops. In kostenlosen Workshops geben die ausgebildeten Experten auch Nichtkunden Tipps für den richtigen Umgang mit digitalen Technologien. Eltern lernen zum Beispiel, sich „Kinderecken“ auf dem Smartphone einzurichten, in denen ihre Jüngsten ausschließlich sichere Anwendungen wie Spiele oder Musik nutzen können. Für Schüler und Studierende gibt es Tipps für das risikofreie Surfen und einen sicheren Auftritt im Social Web. Seit 2014 haben wir bei über 1.000 Workshops rund 4.000 Menschen erreicht und seit 2015 finden unsere Veranstaltungen auch online als Webinare statt, mit mehreren monatlichen Terminen und ständig aktualisierten Themen. Videos, Chats und Blogs mit weiteren Informationen ergänzen das Portfolio (www.o2online.de/guru).





Lernangebote und Tablet-PCs für Senioren

Ältere Menschen haben oftmals Berührungsängste gegenüber digitalen Medien. Dabei bietet ihnen gerade das mobile Internet viele Optionen, etwa Videotelefonie, Nachrichten- und Wetterdienste oder medizinische Serviceinformationen. Bereits seit 2012 hat sich die E-Plus Gruppe, seit dem Unternehmenszusammenschluss dann die Telefónica Deutschland Group gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen in dem Projekt Tablet-PCs für Senioren engagiert. Hierbei erhalten ausgewählte Senioreneinrichtungen acht Wochen lang Tablets mit einer kostenlosen Internet-Flatrate. Dazu gibt es für interessierte Netzneulinge eine Schulung von Unterstützern aus Medien und Politik. Nach der Probierphase verbleiben einige Geräte in der Einrichtung. Im Jahr 2015 haben wir Tablet-PCs an 16 Senioreneinrichtungen verteilt und damit rund 1.400 ältere Menschen erreicht. 2016 wird diese Kooperation weiter fortgeführt.

Think Big: digitale Kompetenzen von Jugendlichen entwickeln

Gemeinsam mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung engagieren wir uns im Programm Think Big. Schirmherrin ist die Bundesfamilienministerin Manuela Schwesig. Das Programm hilft Jugendlichen, ihre Ideen mit digitalen Medien eigenverantwortlich zu verwirklichen. Durch die Projekte erhalten die Jugendlichen Anerkennung und lernen, dass es Spaß bereitet, sich mit anderen und für andere zu engagieren. Wir sprechen junge Menschen in allen sozialen Schichten an und berücksichtigen insbesondere die Bedürfnisse benachteiligter Gruppen. Allein 2015 konnten wir mit einer siebenwöchigen Roadshow an 35 Schulen über 5.800 Schüler

erreichen. Insgesamt wurden seit 2010 mit Think Big mehr als 3.200 Projekte von über 75.000 Jugendlichen umgesetzt. Die Ergebnisse der Workshops, Coachings und finanzieller Unterstützungsmaßnahmen dokumentieren die Jugendlichen auf www.think-big.org.

Think Big wird zudem von der Telefónica Stiftung in den europäischen Ländern gefördert, in denen Telefónica aktiv ist. Es wurde mehrfach ausgezeichnet, zuletzt erhielt das von Think Big geförderte Filmprojekt über Tarek Chalabis Flucht aus Syrien den renommierten europäischen Medienpreis CIVIS.

Wayra: Start-up-Initiative für Jungunternehmer

Wir begleiten im Rahmen der Initiative Wayra junge Unternehmer eng beim Ausbau ihrer Geschäftsidee. Dazu haben wir 2012 in München die Wayra-Akademie gegründet, in der Start-ups ihre Ideen zur Geschäftsreife bringen. Ein erfolgreiches Beispiel ist die App parkpocket, die umweltschonend bei der Parkplatzsuche in deutschen Innenstädten hilft: Sie ist mit verschiedenen Datenbanken von Parkhausanbietern verbunden und zeigt freie Parkplätze in Echtzeit an.



SOZIALES ENGAGEMENT: GEMEINSAM MEHR BEWEGEN

Auch über unsere Produkte und Services hinaus übernehmen wir Verantwortung für die Gesellschaft, in der wir wirtschaftlich erfolgreich sind. Im Berichtsjahr haben nicht nur unsere Mitarbeiter im Rahmen des Corporate Volunteering Programms freiwillige Zeitspenden geleistet; die Telefónica Deutschland Group hat darüber hinaus 172.112 EUR¹ an gemeinnützige Projekte gespendet. Das Geld kam zu großen Teilen der Kinder- und Jugendarbeit zugute, zum Beispiel Institutionen und Projekten, die sich der Förderung von Medienkompetenzen und dem Engagement in der digitalen Welt widmen. Überdies haben wir Umwelt- und Klimaschutzinitiativen finanziell unterstützt.

Nach dem Erdbeben in Nepal im April 2015 erstatteten wir betroffenen Kunden und den in der Katastrophenhilfe arbeitenden Organisationen die Roamingkosten in Nepal. Zudem initiierten wir auf Deutschlands größter Online-Spendenplattform betterplace.org eine Spendenaktion. Unsere Mitarbeiter haben selbst einen großzügigen Beitrag geleistet, woraufhin unser Unternehmen den Betrag um weitere 25.000 EUR aufstockte. Insgesamt wurden dem Bündnis „Aktion Deutschland Hilft“ 46.400 EUR übergeben.

Spendenmarathon unterstützt UN-Flüchtlingshilfe

Ein großer Erfolg war die zweite Auflage des BreakOut-Spendenmarathons. Die 36-stündige Aktion fand im Juni 2015 statt, es waren 158 Teilnehmer in 79 Zweiertteams dabei. Die Aufgabe: von München aus so weit wie möglich reisen, ohne einen einzigen Cent auszugeben. Für jeden gereisten Kilometer der Teams spendeten Sponsoren an das DAFI-Projekt der UNO-Flüchtlingshilfe. Die Deutsche Akademische Flüchtlingsinitiative Albert Einstein (DAFI) ermöglicht seit 1992 mehr als 6.000 begabten Flüchtlingen durch Stipendien ein Hochschulstudium.

Die Telefónica Deutschland Group hat das Team von BreakOut bei seinem Vorhaben unterstützt. Unter anderem erstatteten wir allen Teilnehmern mit O₂ Verträgen 60 EUR Roaminggebühren, Vertragskunden von E-Plus und BASE konnten für ihre Reise das EU-Reisepaket Komfort kostenfrei nutzen. Am Ende konnte BreakOut Spendenzusagen in einer Gesamthöhe von 71.307 EUR verzeichnen. Das Geld ging zu 100 % an das DAFI-Projekt.

Im Einsatz für Gesundheit und Gemeinwohl

„Gemeinsam gegen Blutkrebs“ lautete das Motto einer Typisierungsaktion der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS). Initiiert wurde die Aktion im Juli 2015 von unseren Mitarbeitern. Unsere Vorstandsmitglieder und mehr als 200 Kollegen an den Standorten Düsseldorf und München gingen mit gutem Beispiel voran und ließen sich für die Spenderdatei der DKMS erfassen.

¹ Der monetäre Wert der „Zeitspenden“ in Höhe von 26.350 EUR wurde nicht berücksichtigt.





THINK BIG MACHT'S MÖGLICH_

— youvo.org bringt junge Kreative und soziale Organisationen zusammen.

Auf der Online-Plattform youvo.org (youvo = you volunteer) engagieren sich Studierende und Professionals der Bereiche Design, Medienproduktion und Kommunikation digital für soziale Projekte und sammeln dabei wertvolle Praxiserfahrung. Das Projekt youvo hat alle Förderstufen des Jugendprogramms Think Big durchlaufen. Seit Juni 2015 hat youvo.org eine Community aus über 1.700 Kreativen und mehr als 110 gemeinnützigen Organisationen aufgebaut. Mitbegründer Tobias Oertel im Interview:

Ihr setzt euch mithilfe einer Online-Plattform für eine nachhaltigere Gesellschaft ein. Wie passt das zusammen?

Tobias Oertel: Viele soziale Initiativen stehen vor der Herausforderung, ihr Anliegen richtig zu kommunizieren und ihre tollen Geschichten auch im digitalen Raum anschaulich zu erzählen. Wir Kreativen helfen ihnen dabei, die vielen guten Ideen für ein besseres Leben der Menschen sichtbar zu machen. Langfristig wollen wir projektorientiertes kreatives Engagement als neue Form der freiwilligen Arbeit etablieren. Denn das ermöglicht genau dort professionelle Kommunikation, wo sonst die Mittel dazu fehlen.

Mit eurem Projekt youvo habt ihr alle Förderstufen des Jugendprogramms Think Big durchlaufen, das von der Telefónica Stiftung und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung gemeinsam mit O₂ umgesetzt wird. Wovon konntet ihr konkret profitieren?

Tobias Oertel: Ganz wichtig war zu Anfang das Signal: Da glaubt jemand an unsere Idee! Think Big hat uns nicht nur motiviert, sondern auch mit finanziellen Mitteln und professionellem Coaching unterstützt. Zudem konnten wir den Co-Working-Space im Social Impact Lab Berlin nutzen, was besonders hilfreich für den Wissenstransfer mit anderen sozialen Projekten war. Heute haben wir auch dank Think Big einen modernen Webauftritt und professionellere Strukturen. Mittlerweile sind wir sogar ein eingetragener gemeinnütziger Verein.

Was habt ihr euch für die kommenden Monate vorgenommen?

Tobias Oertel: Unser Ziel ist es, eine langfristige Perspektive für youvo zu entwickeln. Als Schnittstelle zwischen dem sozialen Sektor und der gesamten Kreativbranche wollen wir noch mehr Menschen in Deutschland erreichen – und damit die Basis für eine zukünftig weiterhin erfolgreiche Arbeit legen. Der youvo e.V. soll finanziell auf stabilen Beinen stehen und so eine nachhaltige Entwicklung sicherstellen. Dabei sind wir auch in Zukunft auf der Suche nach Partnern, die an unsere Idee glauben.

Wir danken dir für das Gespräch, Tobias!

Kapitel [4]

VERANTWORTUNGSVOLL WIRTSCHAFTEN

- 4.1 — Kunden
- 4.2 — Lieferantenmanagement
- 4.3 — Telefónica als Arbeitgeber
- 4.4 — Datenschutz und Informationssicherheit
- 4.5 — Jugendschutz
- 4.6 — **Weniger Stau durch mehr Daten: Datenanonymisierung**

FAIRE PARTNERSCHAFT: MEHRWERT FÜR UNSERE KUNDEN SCHAFFEN

Zentral für unseren Erfolg in der digitalen Welt und die Entwicklung nachhaltiger Lösungen ist das Vertrauen unserer Stakeholder – und ganz besonders das unserer Kunden. Daher machen wir eine hohe Kundenzufriedenheit und eine faire Partnerschaft zu den wichtigsten Maßstäben unseres Handelns. Wir wollen ihnen das beste Erlebnis bei Netz, Produkten und Services sowie ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Zudem sollen sie die Errungenschaften der Digitalisierung so nutzen können, wie es zu ihren Wünschen, Vorlieben und Gewohnheiten passt. Um diese immer besser zu verstehen, pflegen wir mit ihnen zudem einen regen Austausch entlang der gesamten Wertschöpfungskette: vom Netz über unsere Marken und Produkte bis zum Service im Shop oder online. Wir lernen ferner aus ihrem konkreten Nutzungsverhalten und richten auf Basis dieser Erkenntnisse unsere Produkte und Services aus.

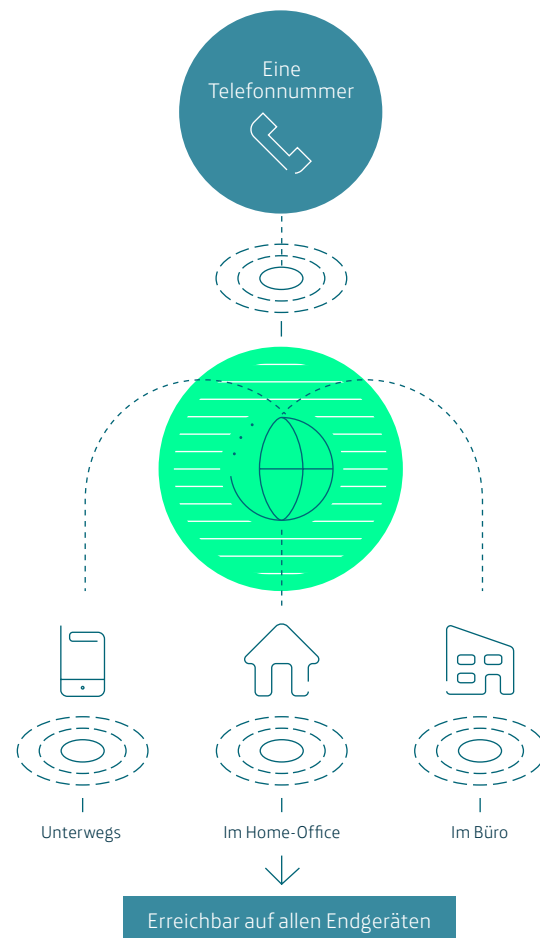
Optimales Preis-Leistungs-Verhältnis für Privat- und Geschäftskunden

Durch die Mehrmarkenstrategie der Telefónica Deutschland Group erreichen wir Kunden in nahezu allen Zielgruppen. So unterstützen wir durch innovative Produkte und Tarife den digitalen Lebensstil von Millionen Kunden. Mit dem Tarifbaustein Super Select von Media Markt und Saturn etwa ist erstmals Data Sharing möglich. Er bietet ein gemeinsames Datenvolumen für mehrere Personen und Endgeräte. Dabei ist volle Kostenkontrolle garantiert, auch bei mehreren Nutzern. Außerdem haben unsere O₂ Prepaid-Kunden die Möglichkeit, nicht verbrauchtes Datenvolumen mit in den nächsten Monat zu übernehmen. Kostensicherheit im Ausland finden unsere Kunden auch bei der EU-Roaming-Flat für O₂ Tarife oder mit dem AY YILDIZ Reiseberater, einem Service-Tool in deutscher und türkischer Sprache.

Mithilfe der „Mein O₂ App“ ermöglichen wir unseren Kunden jederzeit, ihren Tarif zu verwalten, Optionen zu ändern, ihren aktuellen Verbrauch sowie ihre Rechnungen bzw. den Prepaid-Guthabenstand einzusehen. Zudem können sie auf diesem Wege die Netzverfügbarkeit und eventuelle Netzstörungen am aktuellen Standort abrufen.

Für unsere Geschäftskunden haben wir Angebote im Portfolio, die die digitale Unternehmenskommunikation vereinfachen. O₂ Unite ist ein Kontingenttarif, der allen Mitarbeitern eines Unternehmens ein bestimmtes Volumen an Gesprächsminuten, mobilen Daten und SMS erlaubt. Und das Digital Phone von O₂ funktioniert als Cloud-Telefonanlage, bei der Mitarbeiter überall auf der Welt über dieselbe Festnetznummer erreichbar sind.

Digital Phone von O₂



Auf allen Kanälen mit unseren Kunden im Dialog

Jeder unserer Kunden soll auf die Weise und zu der Zeit mit uns in Kontakt treten können, wie er es möchte. Hierfür bieten wir zum einen Beratung und Austausch über verschiedene digitale Kanäle. Zum anderen kann sich jeder Interessierte persönlich in einem O₂ Shop beraten lassen und dort das für ihn beste Angebot auswählen. Online tauschen wir uns mit unseren Kunden zum Beispiel über Social Media, Videos und Chats aus. Mit dem O₂ Kundenforum (hilfe.o2online.de) haben wir eine Plattform geschaffen, auf der unsere Kunden in Echtzeit miteinander kommunizieren und auf der unsere Mitarbeiter Fragen umgehend und kompetent beantworten. Tipps, Tricks und Infos vermitteln zudem unsere O₂ Gurus, die für unsere Kunden damit zum wichtigen Begleiter für den Einstieg in das digitale Leben werden. Als Experten für Hardware und Technologie beraten sie online und in vielen O₂ Shops.

Top-Bewertungen für unseren Kundenservice

Unser Service wird sowohl von unseren Kunden als auch von Branchenbeobachtern positiv bewertet. Der connect-Hotline-Test 2015¹ zeichnete den O₂ Kundenservice mit dem 1. Platz aus. Das Urteil lautete „Zuvorkommend und freundlich, wissen in Sachen Tarife und Dienste, aber auch Technik am besten Bescheid“. Unsere Marken Fonic und Blau schnitten ebenfalls mit gutem Ergebnis ab. Darüber hinaus hat die Strategieberatung LSP Digital die Präsenz www.o2.de/hilfe zum besten Kundenservice im Social Web gekürt. Beim von DISQ und n-tv vergebenen Deutschen Fairness-Preis 2015 errangen unsere Marken Blau und simyo die Plätze zwei und drei in der Kategorie Mobilfunk. Weitere Auszeichnungen im Jahr 2015: Siehe Kapitel 6.2.

¹ 297 Tester haben die Hotlines der Telekommunikationsanbieter in Deutschland, Österreich und der Schweiz per Telefon über mehrere Wochen kontaktiert. Bewertet wurden dabei die Kategorien „Qualität der Aussagen“ (maximal 350 Punkte), „Erreichbarkeit“ (maximal 75 Punkte), „Warte- und Reaktionszeiten“ (maximal 35 Punkte), „Freundlichkeit und Sozialkompetenz“ (maximal 25 Punkte) sowie „Kosten für die Hotline“ (maximal 15 Punkte). Mit 432 Punkten schaffte es O₂ auf den ersten Platz. Auch Fonic (404 Punkte) und Blau (401 Punkte) durften sich in der Kategorie der Alternativenanbieter über die Auszeichnung „gut“ freuen. Insbesondere die Fonic Mitarbeiter wurden für ihre ausgezeichnete Tarifkenntnis gelobt.



FAIRE PARTNERSCHAFT MIT UNSEREN LIEFERANTEN

Die Telefónica Deutschland Group übernimmt aktiv Verantwortung entlang der gesamten Lieferkette. Mit unseren Lieferanten pflegen wir ein faires und langfristig orientiertes Miteinander. Wir achten ihre Interessen und bieten ihnen Informationsaustausch und Feedback.

Als Basis für unseren Einkauf nutzen wir die Telefónica Geschäftsgrundsätze, die auf den wichtigsten internationalen Standards aufbauen, beispielsweise der UN-Menschenrechtscharta und den Normen der ILO. Hinzu kommen eigene Richtlinien zur Beschaffung, zur Verantwortung in der Lieferkette sowie die konzernweiten Umweltbestimmungen. Soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen, erwarten wir auch von unseren Lieferanten. Seit 2008 sind unsere Richtlinien zur ethischen und ökologischen Beschaffung fester Bestandteil aller neuen Lieferantenverträge und Ausschreibungen. Die Supply Chain Policy der Telefónica Deutschland Group verlangt zudem von unseren Zulieferern, ein Umweltmanagementsystem zu etablieren, das der von uns angewandten Zertifizierung ISO 14001 entspricht. Damit decken wir die relevanten Nachhaltigkeitsaspekte in den Bereichen Ethik, Umwelt- und Gesundheitsschutz ab. Die Anforderungen gelten für direkte ebenso wie für indirekte Zulieferer. Wir erwarten von allen Lieferanten, dass sie unsere Prinzipien einhalten und dies auch jederzeit nachweisen können.

Von unseren Zulieferern verlangen wir, dass angebotene Produkte keine Konfliktminerale enthalten. In unserer Beschaffungsrichtlinie schließen wir den Bezug dieser kritischen Materialien aus. Durch unsere Geschäftstätigkeit verursachte negative Auswirkungen auf die Ökosysteme minimieren wir, indem wir unsere gruppenweit geltende Umweltrichtlinie umsetzen. Mithilfe der Bestimmung integrieren wir zudem vorbildliche Umweltmanagementpraktiken in die Lieferkette und machen diese überprüfbar.

Breites Engagement in Brancheninitiativen

Über Telefónica, S.A. engagieren wir uns in internationalen Initiativen, die sich für maximale Transparenz in der Lieferkette einsetzen. In der Non-Profit-Organisation Global e-Sustainability Initiative (GeSI) befassen wir uns mit sozialen, ethischen und umweltrelevanten Themen. Gemeinsam mit der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) arbeiten wir an der Weiterentwicklung des Lieferkettenmanagements, insbesondere an Effizienzverbesserungen für die Zulieferer. Darüber hinaus setzen wir uns in der Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA) in Kooperation mit US-Behörden für die vollständige Rückverfolgbarkeit der Mineralien Kassiterit, Columbit-Tantalit, Gold und Wolframit ein.

Ein branchenweites Informationssystem von GeSI und EICC, das Electronics – Tool for Accountable Supply Chains, kurz E-TASC, nutzen wir für unser Monitoring. Damit können wir Leistungen unserer Lieferanten besser bewerten und Risiken frühzeitig erkennen. Insbesondere bei der Prüfung von Hochrisiko-Zulieferern kommt E-TASC zum Einsatz. Zudem zeigt das Instrument allen Lieferanten durch umfassende Datenanalyse und Risikobewertungen Verbesserungspotenziale auf.



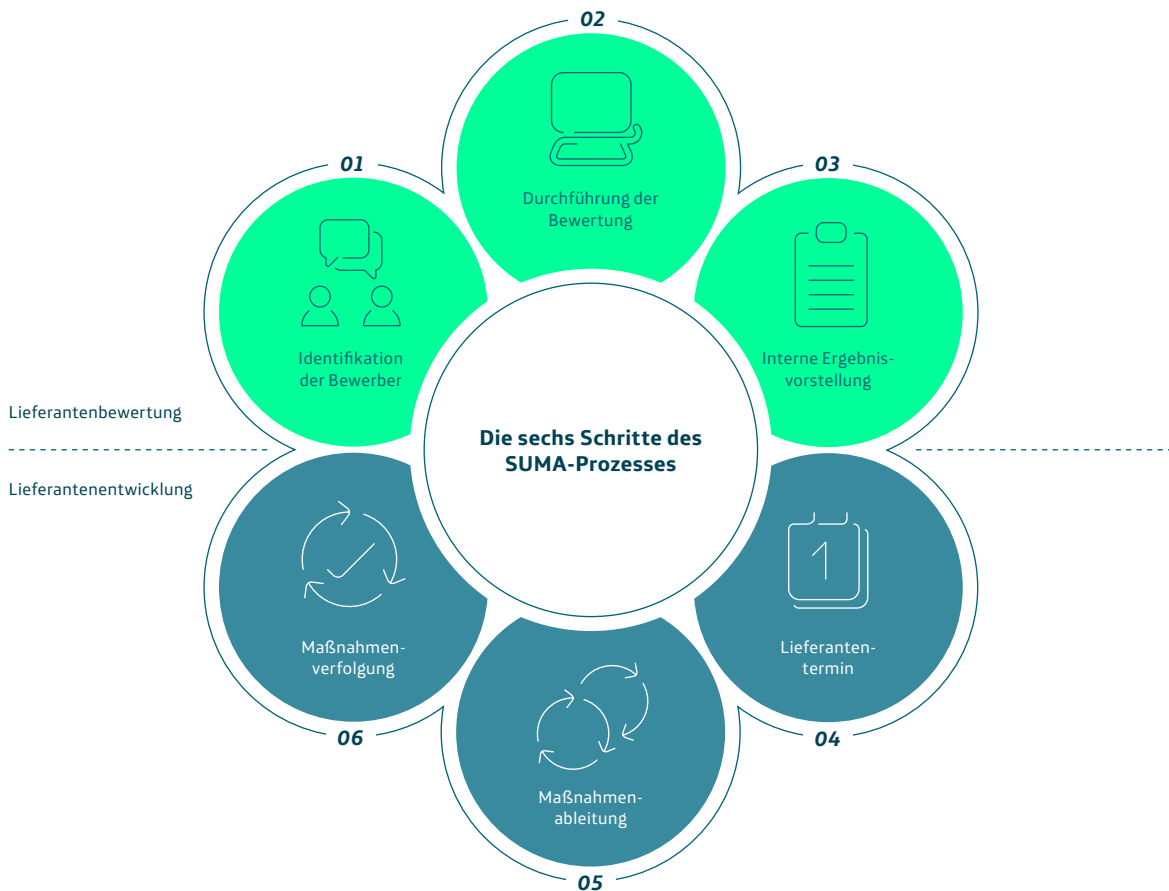
Supplier Management (SUMA) evaluiert Lieferanten

Über ein internes Internettool unseres Lieferantenmanagements (SUMA) bewerten wir ausgewählte Lieferanten nach Kriterien zu Technologie, Kreativität, Qualität, Preis, Service, Auftragsabwicklung und Kostenstruktur. Seit 2015 geht auch deren soziales, ökologisches und ökonomisches Engagement in die Beurteilung ein. Im Berichtsjahr haben wir insgesamt 41 Zulieferunternehmen auf diese Weise evaluiert. Der SUMA-Prozess ist wichtiger Teil des nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifizierten Qualitätsmanagements der Telefónica Deutschland Group. Mit SUMA motivieren wir

unsere Partner zu nachhaltigerem Handeln, da es über die Vergabe neuer Aufträge mitentscheidet. Denn bei vergleichbarer Eignung bevorzugen wir positiver bewertete Unternehmen. Entsprechen die Leistungen der Lieferanten nicht unseren Anforderungen, können diese so lange gesperrt werden, bis messbare Verbesserungen in den bemängelten Bereichen erkennbar sind.

Die SUMA-Ergebnisse berücksichtigen wir bei der seit 2012 von uns vergebenen Auszeichnung „Supplier of the Year“. Mit diesem Preis fördern und ehren wir herausragende Leistungen unserer Geschäftspartner in der Lieferkette.

Nachhaltiges und systematisches Lieferantenmanagement



FAIRER UMGANG MIT UNSEREN MITARBEITERN

Der faire und partnerschaftliche Umgang mit den Mitarbeitern ist der Telefónica Deutschland Group besonders wichtig, da unsere Mitarbeiter der Schlüssel zu unserem Erfolg sind. Wir schaffen optimale Arbeitsbedingungen für unsere Beschäftigten – durch das Gesundheitsmanagement, die Gestaltung des Arbeitsplatzes und die Vergütung. Wir bieten ihnen attraktive Karrieremöglichkeiten und berücksichtigen bei der Besetzung neuer Stellen Vielfalt und Chancengleichheit. Die in unseren Geschäftsgrundsätzen festgeschriebenen Werte wie Offenheit, Respekt, Wertschätzung und Austausch prägen unsere Umgangsformen. Auch nach der Zusammenführung der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe setzen wir auf unsere gemeinsamen Werte Leidenschaft, Mut, Ergebnisverantwortlichkeit und Kooperation.

Unsere Personalstrategie leiten wir aus unserer Unternehmensstrategie ab. Wir setzen auf Skills, Talent und Leadership, um die besten Mitarbeiter für neue, verantwortungsvolle Aufgaben zu gewinnen. Damit wir auch zukünftige Herausforderungen erfolgreich meistern, entwickeln wir unsere Mitarbeiter und deren Fähigkeiten weiter. Das Telefónica Gesundheitsmanagement unterstützt unsere Mitarbeiter aktiv bei einer gesunden Arbeits- und Lebensweise. Es sorgt für optimale Arbeitsbedingungen und fördert insbesondere gesundheitsorientiertes Verhalten, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine ausgewogene Work-Life-Balance. Die übergeordnete Verantwortung für unser Personalmanagement trägt der Director Human Resources, der direkt an den Chief Operating Officer berichtet.

Mitarbeiterzufriedenheit steht im Fokus

Auch in Zeiten der Veränderung tragen unsere Unternehmenskultur und unser Werteverständnis maßgeblich zur Zufriedenheit unserer Mitarbeiter bei. Als attraktiver Arbeitgeber überzeugen wir durch flexible Arbeitszeiten, ein modernes Arbeitsplatzkonzept, durch verschiedene Zusatzleistungen wie Altersvorsorge oder Vergünstigungen bei Versicherungstarifen und beim öffentlichen Nahverkehr.

Bei der jährlichen Mitarbeiterumfrage bewerten unsere Beschäftigten ihr Arbeitsumfeld. Die anonymisierten Ergebnisse melden wir bis auf Teamebene zurück. Zudem

kommunizieren wir die aggregierten Ergebnisse im Mitarbeiterportal. Teams und Fachbereiche sind angehalten, aus den Resultaten geeignete Maßnahmen abzuleiten. Mit im Berichtsjahr erzielten 67 Gesamtpunkten sind wir auf dem Weg, den anvisierten Gesamtwert von 70 Punkten zu erreichen. In Teilbereichen haben wir bereits deutliche Fortschritte erzielt. So fühlen sich 76 % unserer Mitarbeiter in puncto Work-Life-Balance gut unterstützt, fast ebenso viele bestätigen unser ethisch korrektes und verantwortungsvolles Handeln. Eine beachtliche Verbesserung beim Thema Zusammenarbeit erzielten wir während der Zusammenführung der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe: Hier konnten wir im Vergleich zur letzten Befragung einen Anstieg um 18 Punkte auf 76 % verzeichnen.



GEPRÜFT



GEPRÜFT

Integrations- und Transformationsprozess verantwortungsvoll begleiten

Im Rahmen des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe haben wir gemeinsam mit dem Betriebsrat einen bis Ende 2018 laufenden Rahmensozialplan vorgelegt. Er regelt neben dem Ausgleich sozialer und wirtschaftlicher Folgen eines möglichen Stellenabbaus auch den Umgang mit internen Versetzungen und definiert künftige Auswahl- und Besetzungskriterien. Insgesamt zählten wir im Berichtszeitraum 8.803 Mitarbeiter¹, davon 8.316 Festangestellte, mit einem Durchschnittsalter von 39,5 Jahren. Für die aktuellen Standorte sprachen wir 2014 eine Bestandsgarantie bis Ende 2015 aus. Wir haben wie angekündigt 800 Stellen, in überwiegender Zahl Doppelfunktionen, über ein Abfindungsprogramm abgebaut. Die drei Hauptniederlassungen München, Düsseldorf und Hamburg werden auch in Zukunft eine zentrale Rolle im Unternehmensverbund spielen. Ergänzend haben wir im Jahr 2015 Workshops für Mitarbeiter angeboten, um sie durch den Transformationsprozess zu begleiten. Die Workshops wurden von den Teilnehmern im Anschluss mit einem Wert von 1,79 auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 als sehr positiv bewertet.

76 %

unserer Mitarbeiter fühlen sich gut unterstützt
in puncto Work-Life-Balance

Modernes System der Aus- und Weiterbildung

Wir setzen auf gezielte Aus- und Weiterbildung, fördern aktiv Talente und bieten insbesondere ausgewählten Führungskräften und Experten die Möglichkeit zur Teilnahme an den anspruchsvollen Kursprogrammen. 2015 nahmen unsere Mitarbeiter insgesamt 172.574 Stunden an Weiterbildungen teil. Im Berichtsjahr beschäftigten wir zudem 120 Auszubildende, vorrangig im kaufmännischen und technischen Bereich.

Wir bieten unseren Mitarbeitern sowohl interne als auch externe Weiterbildungsmöglichkeiten. Sie können beispielsweise Online-Trainings und Webinare nutzen. Eine Besonderheit stellen unsere international ausgerichteten, breit gefächerten Kursprogramme an der Telefónica Universitas in Barcelona dar. 2015 haben wir dort englisch- und spanischsprachige Programme zu vielfältigen Management-Themen auf unterschiedlichen Hierarchieebenen angeboten. Neben Fachinhalten erwerben unsere Mitarbeiter Soft Skills und Führungskompetenz, wahlweise als Fern- oder Präsenzstudium.

172.574 h

Teilnahme an Weiterbildungen²

Vielfalt als Stärke im Unternehmen nutzen

Die Telefónica Deutschland Group begreift die Vielfalt in der eigenen Belegschaft als Chance und Potenzial für eine erfolgreiche Zukunft und eine zufriedene Mitarbeiterschaft. Wir sind seit 2007 Unterzeichner der Unternehmensinitiative „Charta der Vielfalt“ und haben seit 2016 zwei offizielle Diversity-Beauftragte aus der Geschäftsleitung. Wir beschäftigen Mitarbeiter aus über 70 Ländern und schätzen sie als wichtige kulturelle Bereicherung für unser Unternehmen. Für sie alle gelten unsere Richtlinien für faire und gleiche Bezahlung und Beförderung.

3.314 unserer 8.803 Beschäftigten in Deutschland waren mit Stand Ende 2015 Frauen.

Beim **GERMAN GENDER INDEX** rangieren wir bereits auf Platz zwei unter insgesamt 50 börsennotierten Unternehmen mit besonders hoher Gender-Diversität. Ein Drittel unseres Vorstands und derzeit sechs von 16 Mitgliedern unseres Aufsichtsrats sind weiblich (zum 31. Dezember 2015). Damit übertreffen wir die von der Bundesregierung ausgerufene Zielvorgabe von 30% für weibliche Aufsichtsräte.

Unsere Women-Leadership-Programme und ein 2015 eingeführtes Mentoringprogramm unterstützen Frauen in Führungspositionen. Bis 2017 wollen wir unseren Anteil von Frauen erhöhen. Um dieses strategische Ziel zu verwirklichen, haben wir Quoten in unseren verschiedenen Unternehmensbereichen eingeführt: 30% im Aufsichtsrat, 20% in unserem Vorstand, 16% jeweils auf der Ebene Vorstand-1 sowie Vorstand-2.

¹ Die Mitarbeiterzahlen für 2015 umfassen hier und in den nachfolgenden Darstellungen – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.646 Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.

² Die Angaben für 2015 umfassen hier und in den nachfolgenden Darstellungen – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 186.500 Trainingsstunden entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.



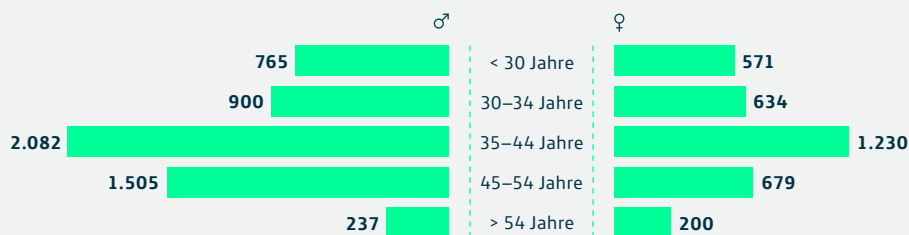
GEPRÜFT



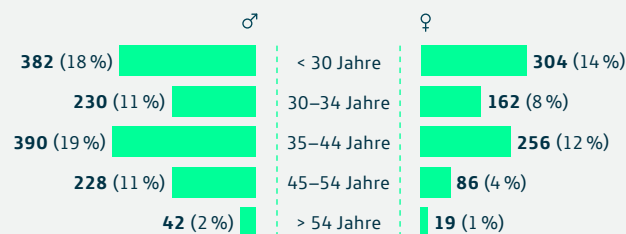
GEPRÜFT

Mitarbeiterkennzahlen im Überblick

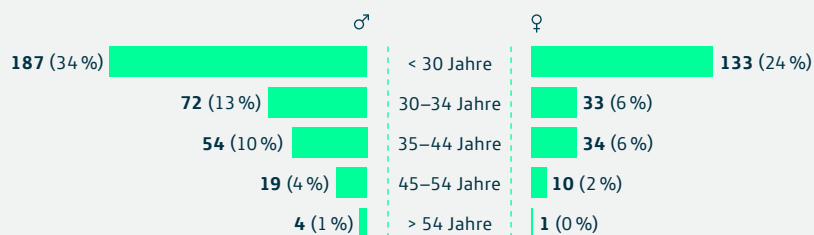
Anzahl der Mitarbeiter nach Altersgruppe und Geschlecht Durchschnittsalter im Jahr 2015: insgesamt 39,5 Jahre



Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe und Geschlecht im Jahr 2015 in Anzahl (und %): insgesamt 2.099 Mitarbeiter (22,1 %) ¹



Neu eingestellte Mitarbeiter nach Altersgruppe und Geschlecht im Jahr 2015 in Anzahl (und %): insgesamt 547 Mitarbeiter (5,8%)



¹ Die Angaben für 2015 umfassen hier und in den nachfolgenden Darstellungen – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 21,8 % entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.



Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Unsere Mitarbeiter unterstützen wir dabei, ihr Arbeits- und Privatleben miteinander in Einklang zu bringen. Das gilt nicht nur für unsere 1.528 Teilzeitangestellten, sondern auch für Beschäftigte in Vollzeit. Wir ermöglichen eine flexible Arbeitszeitgestaltung sowie die Option auf Home-Office und eröffnen Mitarbeitern mit Familie gezielte Betreuungsangebote über das Portal www.famPLUS.de oder im Rahmen firmeneigener Kitas in München und Düsseldorf. Zusätzlich haben wir zum 1. Januar 2016 einen neuen Familienservice für das gesamte Unternehmen ins Leben gerufen, der mithilfe von Partnern Beratung und Betreuung in vielen Lebenssituationen bietet.

2015 haben 757¹ unserer Mitarbeiter Elternzeit in Anspruch genommen, die Rückkehrate lag für den Berichtszeitraum bei 99%. Für den Austausch der Mütter und Väter untereinander unterstützen wir die Mitarbeiterinitiative „Working Moms and Dads“ (WMAD). Diese organisiert zusammen mit dem Bereich Corporate Health Management zum Beispiel jährliche Ferienbetreuungen und Kindertage im Unternehmen.

Gesundheitsmanagement ausgeweitet

Es ist unser Ziel, die betriebliche Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz kontinuierlich auszubauen. Der Fokus lag im Berichtsjahr vor allem auf Aktionen zur Burn-out-Prävention sowie beim betrieblichen Wiedereingliederungsmanagement in Fällen mit längerer Krankheit. Ergänzend konnten wir unseren Mitarbeitern erneut ein umfassendes Sportangebot bieten.

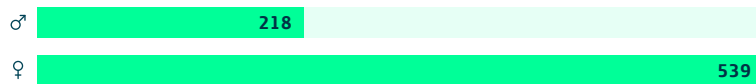
Mit 18 Arbeitsunfällen und insgesamt 199 Ausfalltagen mussten wir einen leichten Anstieg in der Statistik verzeichnen. Auf der anderen Seite haben wir die Schulungsaktivitäten unserer Mitarbeiter zu Gesundheitsthemen intensiviert: Die Anzahl der absolvierten Stunden lag im Jahr 2015 bei 4.501. Wie geplant werden wir zu Jahresbeginn 2016 das Employee-Assistance-Programm starten. Es bietet unseren Beschäftigten bei privaten oder beruflichen Konfliktthemen qualifizierte externe Beratung.

Auf Managementebene haben wir im Berichtsjahr in Zusammenarbeit mit dem Health Forum erfolgreich ein neues Governance-Modell eingeführt, das sich mit der Steuerung von Gesundheits- und Sicherheitsthemen in der gesamten Gruppe befasst und als betriebliches Kontrollgremium arbeitet.

Kennzahlen zur Elternzeit bei der Telefónica Deutschland Group

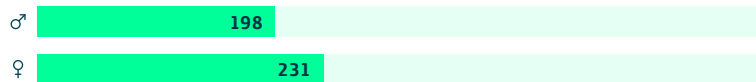
757

Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch genommen haben¹



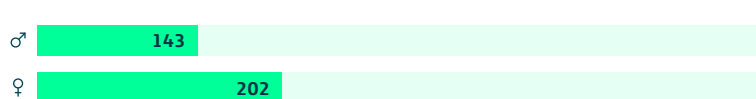
429

Mitarbeiter, die nach Beendigung der Elternzeit im Jahr 2015 an den Arbeitsplatz zurückkehrten



345

Mitarbeiter, die an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren²



99 %

Rückkehrate an den Arbeitsplatz von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen



92 %

Verbleibsrate von Beschäftigten, die Elternzeit in Anspruch nahmen



¹ Frauen mit mehrfachen Einträgen wurden jeweils als einzelne Elternzeiter betrachtet, Männer mit doppelten Einträgen wurden als einfache Elternzeiter eingerechnet, bei mehr als zwei Einträgen bei Männern wurde individuell entschieden. Elternzeiter in Teilzeit werden als aktive Mitarbeiter betrachtet.

² Für die Gesamtzahl der Beschäftigten, die nach der Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren, wurden diejenigen Mitarbeiter berücksichtigt, die 2014 aus der Elternzeit zurückgekehrt sind und bis zum 31. Dezember 2015 noch im Unternehmen beschäftigt sind.



GEPRÜFT

WIR SCHÜTZEN DIE DATEN UNSERER KUNDEN

Das Vertrauen unserer Kunden zu gewinnen und zu erhalten, hat für uns höchste Priorität, da nur so beständiger Erfolg in der digitalen Welt möglich ist. Die Telefónica Deutschland Group hat daher den Schutz der Privatsphäre zu einem Bestandteil der eigenen Unternehmensstrategie erklärt. Mit festgelegten Prozessen und etablierten Systemen stellen wir sicher, dass unsere Produkte und Dienstleistungen den datenschutzrechtlichen Regelungen folgen – sowohl den gesetzlichen Vorgaben als auch den eigenen Richtlinien.

Verantwortungsvoller Umgang mit sensiblen Daten

In unserer Datenschutzrichtlinie haben wir verbindlich den Schutz personenbezogener Daten festgelegt. Daten unserer Kunden geben wir ausschließlich dann an Dritte weiter, wenn wir dazu autorisiert oder gesetzlich verpflichtet sind. Dabei handeln wir streng nach den Vorgaben des deutschen Datenschutzrechts. Mit Schulungen bringen wir unsere Mitarbeiter regelmäßig auf den neuesten Stand. Wir verpflichten sie außerdem, das Datengeheimnis sowie das Fernmeldegeheimnis einzuhalten. Unsere Beschäftigten tragen für die ihnen anvertrauten Daten persönliche Verantwortung.

Bei der Verwendung personenbezogener Informationen zählt für uns maximale Transparenz. O₂ Kunden können ihre Bestandsdaten jederzeit über das Kundenportal online einsehen und ändern. Offene Fragen klären wir umgehend. Wir stehen auch mit den zuständigen Aufsichtsbehörden in engem Kontakt, um uns zum Beispiel bei der Entwicklung neuer Services abzustimmen. Daten für den eigenen Gebrauch erheben wir nur, wenn sie für uns als Dienstleister von Belang sind, etwa zum Schutz vor Missbrauch oder bei der Rechnungsstellung. So informieren wir unsere Kunden nur mit deren Einverständnis über neue Produkte. Für statistische Zwecke verwenden wir ausschließlich anonymisierte und aggregierte Daten. Dazu nutzen wir ein eigenes, speziell entwickeltes und zum Patent angemeldetes Verfahren.

Datenschutzmanagement auf mehreren Ebenen verankert

Für das Datenschutz- und Informationssicherheitsmanagement ist bei der Telefónica Deutschland Group der Director Compliance, Corporate Security & Data Protection verantwortlich. Ihm zur Seite steht ein konzernweit tätiger Datenschutzbeauftragter, der direkt an den Vorstand berichtet. Zusätzlich haben wir ein unternehmensweites Datenschutzforum eingerichtet, dem Mitglieder relevanter Fachbereiche angehören, unter anderem aus Marketing, Personalwesen und Kommunikation. Das Forum berät zu datenschutzrechtlichen Themen und fördert die effiziente Umsetzung der geplanten Maßnahmen.

Neues Online-Trainingstool im Einsatz

Im Berichtsjahr haben wir ein neues, webbasiertes Datenschutztraining für alle Mitarbeiter verbindlich eingeführt. Darüber hinaus haben wir alle relevanten Fach- und Führungskräfte des Kundenservice geschult. Im Jahr 2015 wurden weiterhin eine revidierte Richtlinie zur Meldung von Datenschutzvorfällen und entsprechende Prozesse implementiert.

Transparenz zu Datenschutzverfahren

Trotz hoher technischer und organisatorischer Standards kann es in Einzelfällen zu Datenschutzverletzungen kommen. 2015 gab es 71 Datenschutzmeldungen der Telefónica Deutschland Group zu Vorfällen nach § 109a TKG an die Datenschutzaufsichtsbehörde. Jede Meldung wird ordnungsgemäß intern registriert, bewertet und eingestuft. Ein Datenschutzvorfall (Incident) kann beispielsweise vorliegen, wenn eine Datenweitergabe an unberechtigte Dritte bekannt wird, etwa durch den Versand von Anschreiben an Kunden mit falschen Daten. Man spricht auch von einem Datenschutzvorfall, wenn Zugriffe auf Datenbanken mit personenbezogenen Daten, die nicht einer berechtigten Nutzung zugeordnet werden können, erfolgt sind. Oder aber, wenn ein USB-Stick, auf dem Kunden- oder Rechnungsdaten gespeichert waren, gestohlen worden oder verloren gegangen ist. Gegenmaßnahmen bei Datenschutzvorfällen – wie beispielsweise



GEPRÜFT



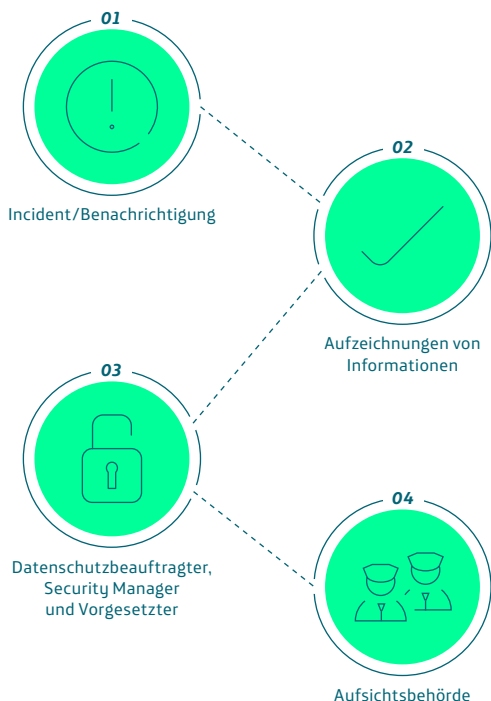
GEPRÜFT



Nachschulungen bei Mitarbeitern bzw. Partnern oder Nachsteuerung bei Prozessen – werden von uns direkt eingeleitet und dokumentiert. Darüber hinaus beachten wir konsequent die gesetzliche Meldepflicht innerhalb von 24 Stunden nach Bekanntwerden eines Datenschutzvorfalls.

Unsere Richtlinie „Datenschutzvorfälle“ regelt die Prozesse und den Umgang mit Datenschutzmeldungen; eine Meldemöglichkeit über unser Intranet stellt sicher, dass eine einfache Meldung für jeden Mitarbeiter gewährleistet ist. Zudem haben wir 2015 drei Verfahren mit der Bundesnetzagentur zu datenschutzrelevanten Sachverhalten geführt. Gegenüber der E-Plus Gruppe wurde die zu lange Speicherung von personenbezogenen Daten beanstandet. Das dazu aufgesetzte Projekt konnte erfolgreich Lösungsmöglichkeiten aufzeigen. Im Rahmen zweier Verfahren wurde die Telefónica Deutschland Group aufgefordert, ihren Meldeprozess für Datenschutzvorfälle offenzulegen und nachzuweisen, dass dieser den gesetzlichen Anforderungen genügt. Die Verfahren wurden auf entsprechenden erfolgreichen Nachweis des internen Prozesses und der Abläufe eingestellt.

Meldeprozess bei Datenschutzvorfällen



Brücke zwischen Informationssicherheits- und Datenschutzmanagement

2015 haben wir mit einem internen Informationssicherheits- und Datenschutzmanagementsystem (ISDSM) eine wichtige Verbindung zwischen den beiden Bereichen geschaffen. Mit dem weiterentwickelten System sorgen wir für eine effizientere Steuerung und beschleunigte Prozesse im Abgleich mit Zielvorgaben. Über standardisierte Abläufe können wir verbesserte Kontrollen der umgesetzten Maßnahmen sowie unseres Managementansatzes gewährleisten, zum Beispiel durch interne Auditierung oder das Benchmarking mit Wettbewerbern.



Informationssicherheit flächendeckend gewährleistet

Die Sicherheit der Daten unserer Kunden hat für uns höchste Bedeutung. Dazu haben wir uns auch in unseren Geschäftsgrundsätzen verpflichtet. Sensible Daten schützen wir vor Verlust, Zerstörung oder Missbrauch. Wir setzen moderne und standardisierte Verschlüsselungsverfahren ein, um vertrauliche Daten auch während der Übertragung zu sichern. Durch entsprechende Anmeldeverfahren garantieren wir, dass nur Zugangsberechtigte auf sensible Kunden- und Unternehmensdaten zugreifen können. Passgenaue IT-Lösungen erarbeiten wir hierzu unter anderem mit unserem Tochterunternehmen ElevenPaths.

Sämtliche Daten bearbeiten wir in geografisch verteilten Rechenzentren. So haben unsere Kunden auch dann noch Zugriff auf unsere Dienste, wenn einzelne Komponenten oder Standorte ausfallen. Sollte auch nur der Verdachtsfall einer Gefährdung vorliegen, tun wir umgehend alles, um die Sicherheit der Informationen zu garantieren.

Leistungsfähigkeit des Managementsystems gestärkt

Wir nutzen das interne Informationssicherheits- und Datenschutzmanagementsystem (ISDSM), um Maßnahmen in diesem Bereich fortlaufend weiterzuentwickeln. So hat der verantwortliche Bereich Corporate Security mit dem Corporate Security Emergency Center (CSEC) für den Ernstfall einen neuen Meldeweg mit eigener Hotline geschaffen. Über derartige Neuerungen informieren wir unsere Mitarbeiter fortlaufend in Schulungen und führen Assessments mit internen Abteilungen, Tochterunternehmen und unseren Dienstleistern durch. Sie beraten wir auch zur sicheren Gestaltung von Systemen und Prozessen. Hilfreiche Tipps und Services halten wir auf der O₂ Homepage und im O₂ Forum auch für unsere Kunden bereit. Mittelfristig streben wir die Zertifizierbarkeit unseres ISDSM nach ISO 27001 an.

SCHUTZ FÜR KINDER UND JUGENDLICHE IN DER DIGITALEN WELT

Heute ist das Handy vor allem für junge Menschen ein alltäglicher multimedialer Begleiter. Daher sehen wir es als unsere Aufgabe, insbesondere Kinder und Jugendliche im Sinne der Gesetzgebung vor problematischen Inhalten zu schützen und sie beim sicheren Umgang mit digitalen Medien zu begleiten. Derzeit arbeiten wir an einer integrierten Strategie zum Kinder- und Jugendschutz, bei deren Entwicklung und Umsetzung wir auf das breite Erfahrungsspektrum der Telefónica Deutschland Group bauen. Dazu zählen medienpädagogische Ansätze und technische Vorkehrungen ebenso wie transparente Preisgestaltung. Die Förderung von Medienkompetenz unterstreichen wir durch Initiativen wie unser Jugendprogramm Think Big.

Wir halten die strengen gesetzlichen Vorgaben des Jugendmedienschutzes bei allen Aktivitäten, Produkten und Anwendungen ein – darüber wacht auch unser Jugendschutzbeauftragter. Wir sind darüber hinaus Mitglied der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. und unterstützen bereits seit 2007 der freiwilligen Selbstregulierung zum Jugendmedienschutz im Mobilfunk.



O₂ protect: Programm für mehr technische Sicherheit

Mit dem Programm O₂ protect unterstützen wir unsere Mobilfunkkunden und deren Kinder dabei, sich besser gegen mögliche Gefahren aus dem Netz zu wappnen. Der Virenschutz basiert auf der App McAfee Antivirus & Security und war 2013 Testsieger der Stiftung Warentest. Der Rundumschutz bewahrt bis zu fünf Smartphones, Tablets oder PCs gleichzeitig vor unbefugtem Zugriff. Zudem können Eltern eine Kindersicherung aktivieren, um festzulegen, wo und wie lange ihre Kinder surfen dürfen.

Mit Schulmaterialien Medienkompetenz entwickeln

Im Rahmen des Projekts „Medien in der Schule“ fördern wir die Entwicklung von Materialien für den Schulunterricht zum Thema „Jugend und Internet“. Datenschutzrelevante Aspekte und medienpraktische Inhalte stehen bei diesen offen zugänglichen Lehrinformationen im Vordergrund, zu finden unter: www.medien-in-die-schule.de. Wir unterstützen die Lehrkräfte insbesondere dabei, den Schülern Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen und sie zur kreativen und kompetenten Nutzung von Medien zu ermuntern. Über dieses Projekt hinaus begleiten wir aktiv die Arbeit des Zentrums für Kinderschutz im Internet, eines vom Bundesfamilienministerium ins Leben gerufenen Think-Tanks.

Fit fürs Handy – der Handyguide für Kinder und Eltern

Bereits zum dritten Mal in Folge veröffentlichen wir in Kooperation mit dem Deutschen Kinderhilfswerk e.V. einen komplett überarbeiteten Handyguide für Kinder und Eltern. Die kindgerecht aufbereitete Broschüre führt die jüngsten Nutzer auf unterhaltsame und altersgerechte Weise an wichtige Fragen zur sicheren Nutzung von Smartphones und mobiler Kommunikation heran. 2016 ist der Handyguide erstmals auch in Kooperation mit der Telefónica Marke AY YILDIZ zweisprachig auf Deutsch und Türkisch erhältlich: www.dkhw.de/shop/handyguide-deutsch / www.dkhw.de/shop/handyguide-tuerkisch



WENIGER STAU DURCH MEHR DATEN_

— Telefónica Deutschland entwickelt
neuartiges Verfahren zur Datenanonymisierung.

Der Autoverkehr wird so intelligent gesteuert, dass es keine Staus und weniger Unfälle gibt. Busse und Bahnen passen ihre Fahrpläne in Echtzeit an. Straßenlampen schalten sich nachts ab, wenn niemand mehr unterwegs ist. Was sich heute noch wie eine Zukunftsvision anhört, wird als Smart City bald schon Wirklichkeit sein. Voraussetzung für viele dieser innovativen Lösungen ist, dass Bewegungsströme von Menschen präzise erfasst werden können. Die hierfür notwendigen Verfahren müssen höchsten Datenschutzerfordernungen entsprechen, damit die Erkenntnisse aus der Analyse großer Datenmengen positive Wirkungen für jeden Einzelnen und für die Gesellschaft entfalten können.

Die Telefónica Deutschland Group entwickelt mit Advanced Data Analytics selbst solche Lösungen für die Datenanalyse. Dazu haben wir in enger Abstimmung mit den Datenschutzbehörden ein eigenes Anonymisierungsverfahren entwickelt und zum Patent angemeldet. Wir stellen sicher, dass bei der

Analyse keine Rückschlüsse auf individuelle Nutzer möglich und alle verwendeten Daten im Ergebnis absolut anonym sind. Die einzelnen Prozessschritte sind zudem auf mehrere getrennte Hochsicherheitsrechenzentren verteilt. Mit dieser Datenanonymisierungsplattform (DAP) gehen wir über die in Deutschland geltenden gesetzlichen Anforderungen hinaus.

Doch unabhängig von technischen Verfahren ist es wichtig, dass die Menschen die Souveränität über ihre Daten behalten und jeder Einzelne zu jeder Zeit selbst entscheiden kann, was mit seinen Daten geschieht. Wir sind überzeugt, dass wir nur so die breite Akzeptanz schaffen, um die Chancen von Big Data für die Gesellschaft und die Wirtschaft zu nutzen. Unsere Devise lautet daher „Deine Welt. Deine Wahl.“. Unter telefonica.de/dap kann man jederzeit seinen persönlichen Status für die Datennutzung in diesem neuen Verfahren prüfen und bei Bedarf ändern. Dieser Service steht für die Kunden aller Marken in den Netzen von O₂ und E-Plus bereit.

Kapitel [5]

—

UMWELT SCHÜTZEN

- 5.1 — Umweltmanagement
- 5.2 — Energie und CO₂-Emissionen
- 5.3 — Ressourcenschutz
- 5.4 — Mobilfunk und Gesundheit
- 5.5 — **Zukunftssicher, dezentral und klimafreundlich: das Blockheizkraftwerk**

UMWELTENGAGEMENT MIT SYSTEM_

Unser Ziel ist es, die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu verringern. Wichtig ist uns aber auch, dass wir das Bewusstsein dafür schaffen, was jeder Einzelne zum Schutz unseres Planeten beitragen kann. Die konzernweit geltenden Standards der Telefónica, S.A. und die neu entwickelte Umweltrichtlinie dienen uns als Handlungsprinzipien. Die nationalen Umweltziele werden jährlich durch die Geschäftsleitung der Telefónica Deutschland Group verabschiedet. Für die Kontrolle und Steuerung zeichnen der Umweltmanagementbeauftragte, die CR-Abteilung und ein bereichsübergreifendes Komitee verantwortlich. Die Umsetzung erfolgt durch die Fachbereiche. Seit 2004 ist unser Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 zertifiziert. Knapp 80 % aller Bürostandorte sind damit abgedeckt.

2015 haben wir für das zusammengeführte Unternehmen eine Strategie für Klimaschutz und Energieeffizienz etabliert. Wir konzentrieren uns dabei auf:

- die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, dabei vor allem Energie
- die Nutzung eigener Effizienz- und Klimaschutzpotenziale in den Bereichen Netz, Büroflächen und Mobilität
- unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio unter dem Stichwort „Green Services“

Unser Engagement untermauern wir durch die Mitarbeit in der größten Umweltinitiative Europas, dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.), dem wir seit 2011 angehören.



GEPRÜFT



GEPRÜFT



HÖHERE ENERGIEEFFIZIENZ UND SINKENDE EMISSIONEN

Klimaschutz und Energieeffizienz berühren die gesamte Wertschöpfungskette der Telefónica Deutschland Group. Unser größter Ressourcenverbrauch und damit Kostenfaktor liegt im Bereich Energie. Um uns auf diesem Gebiet stetig zu verbessern, haben wir Handlungsgrundsätze formuliert, die wir mit klaren Strukturen, definierten Prozessen und einer verlässlichen Datenbasis unterlegen: Wir kaufen verantwortungsvoll ein, vermeiden wo immer möglich den Verbrauch von Energie und setzen auf energieeffiziente Technik.

nahezu überall dort auf erneuerbare Energien umgestellt, wo wir auf Beschaffung und Verträge Einfluss haben – vollständig, ohne den Zukauf von Kompensationszertifikaten. Der Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energiequellen für Netzwerk, Shops, Call-Center und Büroflächen liegt damit bei 74 %. Vorfahrt haben regenerative Energieträger auch in unseren eigenen Gebäuden. So nutzen wir am neuen Mobilfunk-Logistikstandort Harsewinkel zum Beispiel Erdwärme und Photovoltaik mit einer Nennleistung von 1.500 kW.



GEPRÜFT



GEPRÜFT

Vorrang für regenerative Energiequellen

Wir unterstützen die Energiewende in Deutschland mit einer eigenen Strategie zum Einsatz grüner Energie bis 2020, um unsere CO₂-Emissionen zu senken. Schon heute haben wir

Effiziente Netzwerktechnik ist wichtigster Ansatzpunkt

Um Energieverbrauch und CO₂-Emissionen so gering wie möglich zu halten, nutzen wir die Netzwerktechnik als wichtigsten

Energieverbrauch 2011–2015

	Einheit	2011	2012	2013	2014	2015
Energieverbrauch gesamt ¹	GWh	508	511	514	620	859
Stromverbrauch gesamt	GWh	484	486	490	590	817
davon Netzwerk ²	GWh	455	463	468	561	776
davon Büros, Shops, Call-Center	GWh	29	23	22	29	41
Kraftstoffverbrauch gesamt	GWh	24	25	24	30	42
Energie aus erneuerbaren Energiequellen	GWh	289	340	284	354	602
Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energien	%	60	70	58	60	74

¹ Durch den Zusammenschluss mit der E-Plus Gruppe zum 1. Oktober 2014 sind die Angaben zu Energie und CO₂-Emissionen nur eingeschränkt mit dem Vorjahr vergleichbar. Das Jahr 2014 enthält dementsprechend die Angaben der Telefónica Deutschland Group für das gesamte Geschäftsjahr 2014 und die Angaben der E-Plus Gruppe des vierten Quartals 2014. Demgegenüber sind im Jahr 2015 alle Quartale der jeweiligen Gruppen berücksichtigt.

² Der Stromverbrauch Netzwerk ergibt sich aus der Anzahl der Standorte für Mobilfunk und Festnetz multipliziert mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch je Standort. Dieser wurde auf Basis von historischen Verbrauchsdaten ermittelt.

GHG-Emissionen 2011–2015³

	Einheit	2011	2012	2013	2014	2015
CO ₂ -Emissionen gesamt	tCO ₂ eq	240.319	241.343	242.145	292.372	403.140
Direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ eq	5.656	5.955	5.825	7.079	9.541
Indirekte Emissionen (Scope 2)	tCO ₂ eq	230.696	231.062	232.776	281.303	388.257
Andere indirekte Emissionen (Scope 3) ⁴	tCO ₂ eq	3.966	4.326	3.544	3.990	5.342

³ Die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgt nach ISO 14.064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO₂-Emissionen wird ein einheitlich deutschlandweiter Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt. Dieser beträgt 475,41 g CO₂ pro kWh, unabhängig davon, dass ein Anteil von 74 % (im Vorjahr 60 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. CO₂eq = CO₂, CH₄ & N₂O.

⁴ Andere indirekte Emissionen (Scope 3) durch Geschäftsreisen.

Hebel. Diese hat mit rund 95 % den größten Anteil an unserem Stromverbrauch. Unser erklärtes Ziel, bis 2015 auf diesem Gebiet den Energieverbrauch im Vergleich zum Jahr 2007 um 30 % pro Kundenanschluss zu senken, haben wir mit 34 % sogar übertroffen.

34 %

eingesparter Energieverbrauch pro Kundenanschluss

Neben weiteren Energiesparmaßnahmen schaffen wir auch geeignete Strukturen. Dazu zählt ein bereits tätiger Energiemanager ebenso wie ein im Aufbau befindliches Energieteam. 2016 werden wir ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 einführen, das extern zertifiziert wird.

Zusätzlich investieren wir kontinuierlich in neue technische Ausstattung: moderne Netzwerkausstattung, verbesserte Software, effiziente Gleichrichter, optimierte Klimaanlage und Freikühlsysteme. Dank dieser Maßnahmen ist der gesamte Stromverbrauch, trotz der Nutzung neuer Netzkapazitäten, gegenüber 2014 nur leicht angestiegen. Im Rahmen der Netzwerkkonsolidierung steht im Jahr 2016 die Modernisierung von über 4.000 2G- und mehr als 2.000 3G-Basisstationen an.

Einsparpotenziale in Betriebsabläufen nutzen

An den Standorten München, Hamburg und Düsseldorf setzen wir im Rahmen der „Earth Hour“ des World Wide Fund For Nature (WWF) jährlich ein Zeichen zum Stromsparen und schalten für eine Stunde das Licht aus. Auch nehmen wir am Programm „GoGreen“ der Deutschen Post teil und haben 2015 1.420 Tonnen CO₂-Emissionen kompensiert, die etwa beim Versand von Rechnungen anfallen. Außerdem ersetzen bei uns Video- und Telefonkonferenzen nach Möglichkeit Geschäftsreisen. Home-Office-Angebote statt Pendelverkehr sowie die Senkung unserer Flottenemissionen sind Teil eines Kulturwandels, den wir weiter vertiefen. Im Rahmen einer veränderten Reiserichtlinie arbeiten wir kontinuierlich an neuen, zielführenden Maßnahmen.

Green Services: Energieeffizienz auch für Telefónica Kunden

Wir erweitern stetig unser Angebot an nachhaltigen Leistungen, damit auch unsere Kunden von einer höheren Energieeffizienz profitieren. Im Bereich intelligente Stromzähler, so genannte Smart-Meter, gehören wir bereits zu den Vorreitern. Die einfach zu bedienende Technik kann den Stromverbrauch nicht nur messen, sondern auch in Echtzeit steuern und regeln. Mit Telefónica Smart Meter Connect etwa können unsere Kunden ihre Zählerstände für Strom, Gas, Wasser oder Wärme mittels Mobilfunk aus der Ferne ablesen.

Ein besonderer Vorteil ist dabei die Global-SIM der Telefónica Deutschland Group: Diese bucht sich immer in das nächstliegende erreichbare Mobilfunknetz ein – unabhängig vom in- oder ausländischen Provider. Das bietet vor allem in Grenzgebieten, auf dem Land und überall dort einen Nutzen, wo das Netz gerade nicht hinreicht. Sogar Komplettlösungen, vom Smart-Meter über die Mobilfunkanbindung bis zur Analyseplattform, sind bei uns möglich.

Eco-Index stärkt Umweltbewusstsein

Bereits seit 2011 hilft die Telefónica Deutschland Group ihren Kunden dabei, über einen Eco-Index die Auswirkungen von Handys besser einzuschätzen. Auf einer Skala von 0 bis 5 bewerten die Hersteller unter anderem Produktion, Energieverbrauch, CO₂-Emissionen, Rohstoffeinsatz und Verpackung. Umwelt- und Sozialfaktoren machen 75 % der Wertung aus, Funktionalität 25 %. 2015 waren rund 90 % der Mobiltelefone im gesamten O₂-Portfolio (Smartphones und Feature-Phones) mit dem Eco-Index ausgewiesen.



Mit einer Skala, die von 0 bis zur höchsten Bewertung 5 reicht, kann man jedes Mobiltelefon mit einem Blick direkt einordnen. Mehr Informationen unter www.o2.de/eco-index.



GEPRÜFT

RESSOURCEN SCHONEN UND RECYCLING VORANTREIBEN

Die voranschreitende Digitalisierung hilft uns dabei, wertvolle Ressourcen zu schonen. So versenden wir Dokumente wie Kundenanschriften bevorzugt in papierloser Form via E-Mail, auch der Anteil von Online-Kundenrechnungen beträgt über 90%. Insgesamt haben wir – etwa durch den Austausch alter Drucker – seit 2010 in Deutschland über 60% Papier eingespart. Während wir im Jahr 2010 noch 1.817 Tonnen Papier bei der Telefónica Deutschland Group verbrauchten, waren es 2015 nur noch rund 700 Tonnen für das zusammengeführte Unternehmen. Überdies verwenden wir seit 2014 an allen Bürostandorten der Telefónica Deutschland Group (ohne E-Plus Gruppe) mit „Blauer Engel“ zertifiziertes Recyclingpapier. Umweltfreundliche Papiertüten ersetzen bereits seit 2013 Plastiktüten in den O₂ Shops.

Ökologisch verträgliche Netzwerkkonsolidierung

Infolge des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Group und E-Plus Gruppe können wir bis 2018 mehrere Tausend Basisstationen abbauen. Bei dieser Netzwerkkonsolidierung achten wir auf die Wiederverwertung von Wertstoffen und arbeiten ausschließlich mit zertifizierten Abfallmanagement-Unternehmen zusammen.

Einheitlicher Standard zur Müllentsorgung vor der Einführung

Anfang 2015 haben wir uns das Ziel gesetzt, im Berichtsjahr einheitliche Abfallrichtlinien für Elektroschrott, Batterien und Kartonagen zu entwickeln. Diese wurden im Januar 2016 erfolgreich verabschiedet. Geplant ist nun, die verantwortlichen Mitarbeiter in den Standards und Abläufen gezielt zu schulen.

Hardware verantwortungsvoll entsorgen

Nicht mehr nutzbare IT-Geräte übergeben wir der gemeinnützigen GmbH AfB (Arbeit für Menschen mit Behinderung). Die AfB garantiert die zertifizierte Löschung der Festplatten, reinigt die Geräte und verkauft sie mit einer Garantie von mindestens zwölf Monaten weiter. Funktionsuntüchtige Hardware wird fachgerecht entsorgt.

Nach demselben Muster arbeitet auch unser Handyrecycling-Programm, das wir 2015 neu aufgesetzt haben. Im Berichtsjahr sammelte die Telefónica Deutschland Group 45.812 Althandys ein. Davon gingen 40.429 Althandys ins Recycling und 5.383 in die Wiedervermarktung. Im Jahr 2016 werden wir wieder mindestens genauso viele Althandys einsammeln. Für jedes eingegangene Gerät unterstützen wir den Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) mit einem Geldbetrag zur Renaturierung der Unteren Havel.



GEPRÜFT

Handyrecycling



AUSBAU DES MOBILFUNKNETZES: SICHER UND DIALOGORIENTIERT_

Die Telefónica Deutschland Group achtet strikt auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und elektromagnetischen Grenzwerte bei Handys und Mobilfunkbasisstationen. Dies gilt ebenso für die Instandhaltung unseres Netzes und die Erweiterung um den LTE-Standard. Damit führen wir die bereits 2001 abgegebene Selbstverpflichtung gegenüber der Bundesregierung fort, deren Beachtung weiterhin durch eine regelmäßige Begutachtung überprüft wird. Auch in den Kommunen sehen wir wichtige Partner beim sicheren Auf- und Ausbau unserer Telekommunikationsinfrastruktur. Beispielhaft dafür steht die langjährige Teilnahme der Telefónica Deutschland Group am Mobilfunkpakt Bayern, dessen Informations- und Beteiligungsangebote optional mit einem Förderprogramm für Mobilfunkmessungen und Prognoseberechnungen für elektromagnetische Felder durch unabhängige Gutachter gekoppelt sind.

Telefónica unterstützt Forschung und Risikokommunikation

Wir fördern Forschung und Transparenzmaßnahmen im Themenfeld der elektromagnetischen Felder (EMF). Durch Datenlieferungen unterstützen wir die Moby-Kids-Studie. Diese untersucht, ob Kommunikationstechnologien Risikofaktoren für die Entstehung von Hirntumoren bei Kindern und Jugendlichen darstellen. In Deutschland wird die Moby-Kids Studie durch die Ludwig-Maximilians-Universität München durchgeführt und unter anderem durch das Bundesamt für Strahlenschutz und die Europäische Kommission finanziert. Weiterhin unterstützen wir Messungen der TU Ilmenau, die hochfrequente elektromagnetische Felder im Alltag bewertet, und führen gemeinsam mit der Telekom Deutschland das Informationsangebot des Informationszentrums Mobilfunk e.V. (IZMF) im Internet fort.





ZUKUNFTSSICHER, DEZENTRAL UND KLIMAFREUNDLICH

— Ein Blockheizkraftwerk in Düsseldorf produziert für Telefónica Deutschland Strom und Kälte aus Biogas.

Wir sind langfristig erfolgreich, wenn wir Umweltschutz und Wirtschaftlichkeit in Einklang bringen. Wie wir zum Beispiel Energie optimal und nachhaltig einsetzen, zeigen wir an unserem Standort in Düsseldorf.

Im dortigen Rechenzentrum stehen auf einer Fläche von 1.700 m² mehr als 1.500 Hardwarekomponenten. Der Hochsicherheits-Komplex versorgt nicht nur unsere Unternehmensstandorte mit den notwendigen IT-Dienstleistungen, auch Millionen von Kundendaten werden hier betreut. Doch mit dem steten Ausbau des Mobilfunknetzes steigen auch der Energie- und Kältebedarf des Rechenzentrums. Um die Umwelt zu entlasten, setzen wir daher auf eine dezentrale Energieversorgung von Gebäude und Technik – durch ein eigenes klimafreundliches Kraftwerk, betrieben mit Biogas.

Seit 2012 versorgt das im Stadtteil Unterrath gelegene Blockheizkraftwerk das Rechenzentrum mit Strom und

Kühlleistung. Die unternehmenseigene Anlage nutzt ein altbekanntes, aber trotzdem innovatives Verfahren, bei dem durch Verdunstung Wärme zur Kälteerzeugung genutzt wird. Das Werk hat eine elektrische Gesamtleistung von 900 Kilowatt bei einem effizienten Wirkungsgrad von 85%. Als Abgase fallen einfacher Wasserdampf und nur ein minimaler CO₂-Anteil an. Mit dem Biogas erzeugen wir Wärme und Strom auf Basis nachwachsender Rohstoffe quasi klimaneutral, Bio-Abfälle werden hierfür sinnvoll energetisch genutzt. Insgesamt sparen wir mit dieser modernen Energiegewinnung bei Vollastbetrieb etwa 4.700 Tonnen CO₂ jährlich.

Der Vertrag zwischen dem Eigentümer Telefónica Deutschland Group und der Betreiberfirma läuft noch bis 2022. Eine Verlängerung ist für unser Unternehmen eine wichtige Option für die Zukunft – schließlich ist das Blockheizkraftwerk in Düsseldorf ein gelungenes Beispiel dafür, wie sich ökologischer Nutzen mit ökonomisch Sinnvollem verbinden lässt.

Kapitel [6]

—

DATEN UND FAKTEN

- 6.1 — Kennzahlentabelle
- 6.2 — Auszeichnungen
- 6.3 — Mitgliedschaften
- 6.4 — CR-Ziele
- 6.5 — Statement Wirtschaftsprüfer
- 6.6 — GRI G4 Content Index
- 6.7 — Impressum

KENNZAHLEN 2015 IN DER ÜBERSICHT

Aufgrund des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe im Jahr 2014 sind die Kennzahlen im Jahr 2015 nicht mit dem Vorjahr vergleichbar. Es werden daher lediglich die Kennzahlen der Telefónica Deutschland Group für 2015 berichtet.

Kennzahlen	Einheit	2015
Ökonomische Kennzahlen		
Umsatzerlöse	Mio. EUR	7.888
Operatives Ergebnis (OIBDA)	Mio. EUR	1.804
Zahlungen an Mitarbeiter	Mio. EUR	655
Investitionen in CapEx	Mio. EUR	1.032
Exklusive der Investitionen in Spektrum im Juni 2015 in Höhe von 1.198 Mio. EUR (inklusive aktivierter Fremdkapitalkosten).		
Zahlungen an öffentliche Verwaltungen	Mio. EUR	715
Investment in Forschung und Entwicklung	Mio. EUR	293
Zertifikate: Qualität (DIN EN ISO 9001), Umwelt (DIN EN ISO 14001)	%	100
Kunden		
Gesamtzahl Anschlüsse	Anzahl	48.363.000
Festnetzanschlüsse	Anzahl	1.997.810
Mobilfunkanschlüsse	Anzahl	43.063.000
Breitbandanschlüsse	Anzahl	2.098.020
Andere Anschlüsse	Anzahl	1.204.630
Index zur Kundenzufriedenheit	Index	7,47
Lieferkette		
Einkaufsvolumen	EUR	3.537.399.042
davon: Volumen bei Lieferanten in Deutschland	EUR	2.388.521.376
Lieferanten	Anzahl	828
davon: Lieferanten in Deutschland	Anzahl	597
Anteil inländischer Lieferanten	%	72,10
Anteil am Volumen an inländische Lieferanten	%	67,52
Anzahl von Lieferantenaudits (SUMA)	Anzahl	41
Compliance		
Anteil Mitarbeiter, die zu den Unternehmensgrundsätzen geschult wurden	%	83,10
Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeiter in Auszeit und ohne externe Berater. (Mitarbeiterbasis 4.719)		
Vorfälle an Korruption, Diskriminierung, Verletzung der Unternehmensgrundsätze, wettbewerbswidrigem Verhalten, Verstößen gegen das Kartellrecht oder monopolistischen Praktiken, Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	Anzahl	1
Aufgrund einer Whistleblower-Information wurde eine Untersuchung initiiert, die einen Interessenkonflikt aufdeckte.		
Zuwendungen an politische Parteien	EUR	0
Verstöße gegen gesetzliche Regelungen zum Datenschutz	Anzahl	3
Ein Fall ist Ende 2015 bereits abgeschlossen. Zusätzlich im Jahr 2015 gab es 71 Datenschutzmeldungen der Telefónica Deutschland Group zu Vorfällen nach § 109a TKG an die Datenschutzaufsichtsbehörde.		
Begründete Einwände gegen Werbeverhalten	Anzahl	22

Kennzahlen	Einheit	2015
Gesellschaft		
Spenden und Investitionen		
Spenden an und Investitionen in gemeinnützige Projekte Der monetäre Wert der „Zeitspenden“ in Höhe von 26.350 EUR wurde nicht berücksichtigt.	EUR	172.112
Spenden nach Art des Beitrags		
Wirtschaftliche Beiträge	EUR	151.873
Zeit Die von Mitarbeitern geleistete Freiwilligenarbeit wird in Stunden erfasst, multipliziert mit einem gemittelten Stundensatz errechnet sich die Angabe in EUR.	EUR	26.350
Sachspenden	EUR	20.238
Teilnehmer an Think Big (Jugendliche)	Anzahl	19.518
Teilnehmer am Corporate-Volunteering-Programm (Mitarbeiter) Aufgrund des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Group mit der E-Plus Gruppe fand nur wenig Corporate Volunteering statt.	Anzahl	42
Mitarbeiter		
Gesamtzahl Mitarbeiter (ohne inaktive Mitarbeiter zum Stichtag 31. Dezember 2015) Die Angaben für 2015 umfassen hier und im Bericht – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.646 Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden. Eine regionale Aufteilung ist bei den Mitarbeiterkennzahlen nicht notwendig, da Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group nur in Deutschland beschäftigt sind. Saisonale Schwankungen und Aufteilung nach Leiharbeitern sind nicht relevant. Dies gilt für alle Mitarbeiterzahlen.	Anzahl	8.803
Festangestellte in Headcount	Anzahl (FTE)	8.316
Teilzeitangestellte	Anzahl	1.528
Festangestellte Ohne Werkstudenten und Praktikanten, aber inkl. Aushilfen; ohne TGR (Telefónica Global Roaming) und TGS (Telefónica Global Services).	Anzahl	8.022
Mitarbeiter Telearbeit	Anzahl	314
Arbeitnehmer, für die Kollektivvereinbarungen gelten	Anzahl	7.170
Frauen in der Belegschaft Entspricht einem Frauenanteil von 39,9% der Gesamtbelegschaft.	Anzahl	3.314
Frauen im Senior Management	Anzahl	10
Anteil Frauen im Senior Management	%	15,2
Gesamtzahl Senior Manager	Anzahl	68
Weibliche Mitglieder der Geschäftsleitung	Anzahl	2
Weibliche Mitglieder der Geschäftsleitung	%	14
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen: Prozentsatz des durchschnittlichen Lohns von Frauen im Vergleich zum Durchschnitt bei den Männern	Abweichung in %	0,79
Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen im Senior Management	Abweichung in %	0,85
Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen im mittleren Management	Abweichung in %	0,95
Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen als Manager (restliche Belegschaft)	Abweichung in %	0,83
Mitarbeiter mit Behinderung	Anzahl	229
Durchschnittsalter der Mitarbeiter Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 33.	Jahre	39,5
Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit	Jahre	8,92
Anteil weiblicher Angestellter	%	39,90
Gesamtausgaben für Training	TEUR	5,75
Trainingsstunden Die Angaben für 2015 umfassen hier und im Bericht – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 186.500 Trainingsstunden entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.	Anzahl	172.574
Durchschnittliche Trainingsstunden pro Mitarbeiter	Anzahl	19,60
Teilnehmer an Trainings Aufgrund von unterjähriger Fluktuation liegt diese Zahl höher als die Gesamtzahl der Mitarbeiter, die nach dem Stichtag 31. Dezember 2015 ermittelt wurde.	Anzahl	8.819

Kennzahlen	Einheit	2015
Mitarbeiter		
Auszubildende	Anzahl	120
Zufriedenheit der Mitarbeiter (Reflect-Score)	Punkte (max.: 100)	67
Mitarbeiterfluktuation	Anzahl	2.099
Mitarbeiterfluktuation	%	22,1
Die Angaben für 2015 umfassen hier und in den nachfolgenden Darstellungen – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2015. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 21,8% entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden. Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 33.		
Neu eingestellte Mitarbeiter	Anzahl	547
Neu eingestellte Mitarbeiter	%	5,8
Freiwillige Austritte (Voluntary Rotation Index)	%	5,5
Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch genommen haben (Männer/Frauen)	Anzahl	757
Frauen mit mehrfachen Einträgen wurden jeweils als einzelne Elternzeiter betrachtet, Männer mit doppelten Einträgen wurden als einfache Elternzeiter eingerechnet, bei mehr als zwei Einträgen bei Männern wurde individuell entschieden. Elternzeiter in Teilzeit werden als aktive Mitarbeiter betrachtet. Weitere Kennzahlen zur Elternzeit auf S. 34.		
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit		
Abwesenheitsrate	Rate	10.401,09
(Anzahl der Ausfalltage/Gesamtzahl der Arbeitstage im Jahr 2015) x 200.000		
Unfallrate (IR)	Rate	0,19
(Gesamtzahl der Unfälle/Arbeitsstunden im Jahr 2015) x 200.000		
Ausfalltagequote (LDR)	Rate	2,09
(Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen/Arbeitsstunden im Jahr 2015) x 200.000		
Anzahl an Berufskrankheiten	Anzahl	0
Gemeldete Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen	Anzahl	199
Todesfälle	Anzahl	0
Arbeitsunfälle, die in Ausfalltagen resultierten	Anzahl	18
Gemeldete Ausfalltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit	Anzahl	241.853
Trainingsstunden Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Stunden	4.501
Durchgeführte medizinische Untersuchungen	Anzahl	364
Umwelt		
Energie und CO₂-Emissionen		
Gesamtenergieverbrauch	GWh	859
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. Detaillierte Aufstellung auf S. 41.		
Stromverbrauch	GWh	817
davon Netzwerk	GWh	776
davon Büros, Shops, Call-Center	GWh	41
Anteil des Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energien	%	74
Kraftstoffverbrauch gesamt	GWh	42
Energie aus erneuerbaren Energiequellen	GWh	602
Energieintensität	kWh/ea	27,2
Energieverbrauch je Festnetz- und Mobilfunkanschluss in den Telefónica Netzen (kWh/ea) => 776 GWh Netzwerk-Energieverbrauch/28.483 äquivalente Anschlüsse;		
Energieverbrauch der Bürostandorte pro Mitarbeiter (MWh/emp) => Energieverbrauch Büros, Shops, Call-Center 41 GWh/durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter 9.511		
Gesamtemissionen	tCO ₂ eq	403.140
Die Berechnung der CO ₂ -Emissionen (inkl. Scope 1 und Scope 2 in der nachfolgenden Darstellung) erfolgt nach ISO 14.064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO ₂ -Emissionen wird ein einheitlich deutschlandweiter Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt. Dieser beträgt 475,41 g CO ₂ pro kWh, unabhängig davon, dass ein Anteil von 74% (im Vorjahr 60%) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. CO ₂ eq = CO ₂ , CH ₄ & N ₂ O.		
Direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ eq	9.541
Indirekte Emissionen (Scope 2)	tCO ₂ eq	388.257
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3)	tCO ₂ eq	5.342
Andere indirekte Emissionen (Scope 3) durch Geschäftsreisen.		

Kennzahlen	Einheit	2015
Umwelt		
Vermiedene Emissionen	tCO ₂ eq	281.867
THG-Intensität	kgCO ₂ eq/ea	14,00
GHG-Emissionen (Scope 1 und 2) je Festnetz- und Mobilfunkanschluss (kgCO ₂ eq/ea)/28.483 äquivalente Anschlüsse		
Wasser		
Wasserverbrauch	m ³	87.127
Die Daten des Wasserverbrauchs beruhen teilweise auf Hochrechnungen.		
Materialverbrauch/Abfallmanagement		
Papierverbrauch gesamt	Tonnen	705,29
Papierverbrauch (Büros, Shops, Call-Center)	Tonnen	138,65
Davon Verbrauch von Recyclingpapier in Büros, Shops, Call-Centern 26,38 Tonnen. In den bisherigen Büros der Telefónica Deutschland Group haben wir einen Recyclinganteil von 96,3 %. E-Plus Büros, alle Shops und Call-Center verwenden noch kein Recyclingpapier, daher Recyclinganteil insgesamt 19 %.		
Zertifiziertes Papier (bspw. FSC, Blauer Engel)	%	100
19 % Anteil an Recyclingpapier beinhalten alle Papiere mit Umweltzertifikat „Blauer Engel“. Das weitere herkömmliche Papier ist mit dem Umweltlabel „EU-Umweltblume“ zertifiziert.		
Papierverbrauch im Kundenkontakt (für Briefe, Umschläge, Rechnungen)	Tonnen	566,64
Abfall gesamt	Tonnen	1.663,92
Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (z.B. Antennen, veraltete Hardware, Router)	Tonnen	279,19
davon Abfall von Elektronik und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (recycelt)	Tonnen	56,73
davon Mobiltelefone von Kunden	Tonnen	10,58
a) Recycelte Mobiltelefone von Kunden		4,49
b) Mobiltelefone von Kunden, die zur Wiederaufarbeitung gesendet wurden		6,09
davon Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten von Kunden ohne Mobiltelefone (100 % Recycling/Re-Use)	Tonnen	211,88
Abfall oder Schrott von nichtelektrischen/-elektronischen Geräten	Tonnen	1.384,73
davon Papier- und Kartonabfälle (100 % recycelt)	Tonnen	34,89
davon Kabel, Rohre und Metalle (100 % recycelt)	Tonnen	1.285,52
davon Batterien (100 % recycelt)	Tonnen	61,93
davon gebrauchte Leuchtstoffmittel (100 % Entsorgung)	Tonnen	2,39
Altöl	m ³	0,02
Kraftstofftanks	Anzahl	58
Anzahl der eingesammelten Althandys	Anzahl	100.182
Die Anzahl der eingesammelten Geräte umfasst die Handys, die dem Recyclingprozess zugeführt werden und die im Re-Use-Prozess wiederaufbereitet werden. Im Rahmen des Handyrecyclingprogramms wurden 2015 40.429 Mobiltelefone recycelt und 5.383 wiederaufbereitet. Für Re-Use sind zusätzlich 54.370 gebrauchte Endgeräte von Kunden über andere Retourkanäle eingegangen.		
Spende für eingesammelte Althandys	EUR	81.437
Für jedes eingesammelte Althandy im Rahmen des Handyrecyclingprogramms (45.812 Althandys 2015) zahlt die Telefónica Deutschland Group einen Beitrag an den NABU e.V. für Naturschutzprojekte.		
Eco-Index-geprüfte Mobiltelefone	%	89,66
Anzahl aller Geräte im aktuellen Smartphone- und Feature-Phone-Portfolio (keine Händler) der Telefónica Deutschland Group, die mit dem Eco-Index gekennzeichnet sind.		
Standorte von Sendemasten		
Standorte gesamt	Anzahl	knapp 44.000
Standorte in Naturschutzgebieten	Anzahl	81
Standorte, die mit anderen Netzbetreibern geteilt werden	Anzahl	5.004
Messungen elektromagnetischer Felder	Anzahl	3.739
Investitionen und Ausgaben für die Messung elektromagnetischer Felder	EUR	3.264.260
Umweltmanagement		
Umweltschulungen für Mitarbeiter	Stunden	182
Die Schulungen umfassen Online- und Face-to-face-Schulungsmodulare		
Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz	EUR	445.182
Die Aufwendungen und Investitionen setzen sich zusammen aus: Ausgaben für Abfallmanagement, Kosten für Umweltsteuern, Versicherungen sowie Umweltaudits, Investment zur Reduzierung visueller Auswirkungen sowie der Reduzierung von Lärm, Mitgliedschaften in Umweltorganisationen		

CR-RELEVANTE PREISE UND AUSZEICHNUNGEN 2015



Deutscher Investor Relations Preis 2015

— Das Marktforschungsunternehmen Extel, die WirtschaftsWoche und der Deutsche Investor Relations Verband (DIRK) haben zum 15. Mal die Leistungen der wichtigsten deutschen Aktiengesellschaften mit dem Deutschen Investor Relations Preis prämiert.

— Das Ranking basiert auf der Befragung von rund 15.000 Kapitalmarktexperten.

— Die Telefónica Deutschland Group wurde in zwei Kategorien mit dem ersten Platz ausgezeichnet: beste Investorenkommunikation im TecDax und bester IR-Manager eines TecDax-Unternehmens.



DIE WELT Service Champions

— O₂ ist zum 4. Mal Branchensieger im Bereich Telekommunikation.

— Die Wertung basiert auf rund 1,5 Mio. Kundenurteilen und stellt fest, wie viele Befragte gute Erfahrungen mit dem Service der genannten Unternehmen hatten.



Deutscher Fairness Preis 2015 vom Deutschen Institut für Service Qualität (DISQ) und n-tv

— In der Kategorie Mobilfunkanbieter sind der Partner ALDI TALK (Platz 1) und die Telefónica Marken Blau (Platz 2) und simyo (Platz 3) Deutschlands fairste Mobilfunkmarken.

— Über 400 Unternehmen aus 35 verschiedenen Branchen standen auf dem Prüfstand; das DISQ holte rund 45.000 Kundenmeinungen zu Preis-Leistungs-Verhältnis, Zuverlässigkeit und Transparenz ein.



connect Kundenbarometer Mobilfunk

— Image, Kundenservice und die wahrgenommene Qualität des Netzes – das sind die drei Hauptkriterien, die für das Kundenbarometer Mobilfunk der Fachzeitschrift connect abgefragt werden.

— „Gut“ für O₂ im Juni 2015, 85 % der Befragten schätzten die Sprachqualität mit gut oder sehr gut ein, 70 % halten die Datenperformance für gut oder sogar sehr gut; insgesamt haben mehr als 1.200 Kunden ihre Anbieter für das Kundenbarometer bewertet.



FLOQ-Awards 2015

— Die Telefónica Netze (O₂ und E-Plus) gewinnen vier Kategorien des Nutzer-Netztests der unabhängigen Crowdsourcing-Community Friends of Quality.

— Sieg in den Kategorien „Netztest LTE“, „Netztest UMTS“, „Preis-Leistung“ sowie „Groupies“.



Kundenlieblinge 2015

— In Zusammenarbeit mit DEUTSCHLAND TEST und Focus-Money hat das Kölner Analyse- und Beratungshaus ServiceValue über eine Million Quellen ausgewertet.

— Über 500 Marken aus 44 Branchen wurden hinsichtlich Preis, Qualität, Service und Ansehen bewertet.

— Zweimal „Silber“ (AY YILDIZ und O₂) und zweimal „Bronze“ (simyo und Blau) – das sind die Top-Platzierungen der Telefónica Marken im DEUTSCHLAND TEST 2015.

— Im Kundenservice erhielt O₂ die Gesamtnote „sehr gut“ (gründet auf mehreren Einzelwertungen, u.a. im Bereich Preis-Leistungs-Verhältnis sowie höchste Zufriedenheit bei Termintreue, Kulanz und Kostentransparenz).



connect Hotline Test 2015

— Alljährlich stellt der Hotline-Test der Zeitschrift connect die Beratungsqualität der Telekommunikationsanbieter auf den Prüfstand.

— O₂ auf Platz 1 (Note „sehr gut“ als einziger Anbieter); BASE, ALDI TALK, FONIC und Blau erhalten „gut“.



CHIP: Blau hat die zufriedensten Kunden

— Eine Befragung des Deutschen Instituts für Servicequalität (DISQ) im Auftrag des Fachmagazins CHIP hat ergeben: Blau hat die zufriedensten Kunden.

— Über 8.000 User haben sich an der Umfrage beteiligt, die die hohe Zufriedenheit der Blau Kunden mit ihrem Anbieter bestätigt, ob beim Service oder den Produkten.

— Bewertet wurden beispielsweise das Tarif-Angebot und die Vertragsbedingungen: Blau führt auch in diesen beiden Kategorien.

MITGLIEDSCHAFTEN TELEFÓNICA DEUTSCHLAND_

Unsere Kooperationen und unsere Mitgliedschaften folgen klaren Regeln und Zielsetzungen. Wir wollen den Austausch zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen in der Branche unterstützen und uns an Initiativen beteiligen, die verantwortliches Handeln fördern. Wir gehen nur solche Mitgliedschaften ein, die unsere Geschäftstätigkeit unterstützen und in deren Rahmen wir einen nützlichen gesellschaftlichen Beitrag leisten können.

Mitgliedschaft	seit	Ziel	Website
AmCham – American Chamber of Commerce in Germany e.V.	2010	Unternehmensnetzwerk zur globalen Wirtschaftsförderung und einer deutsch-amerikanischen Partnerschaft	www.amcham.de
B.A.U.M e.V. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management	2011	Vernetzung im größten Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften	www.baumev.de
BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.	2001	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT, Telekommunikation und neue Medien; u.a. aktive Teilnahme an Arbeitsgruppen zu den Themen Datenschutz, Medienpolitik und Arbeitssicherheit, 2015 wird CEO Thorsten Dirks zum Bitkom-Präsidenten gewählt	www.bitkom.org
BREKO – Bundesverband Breitbandkommunikation e.V.	2005	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation; aktive Teilnahme an diversen Arbeitsgruppen	www.brekoverband.de
Bundesverband deutscher Startups e.V.	2012	Unterstützung der deutschen Start-up-Szene	www.deutschestartups.org
Clean Power Net	2010	Bundesweiter und branchenübergreifender Zusammenschluss von Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um eine klimaschonende, effizientere und somit intelligenter Energieversorgung für Industrieanwender zu realisieren	www.cleanpowernet.de
eco – Verband der Deutschen Internetwirtschaft e.V.	2002	Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation	www.eco.de
Europäische Bewegung Deutschland e.V.	2008	Netzwerk für Europapolitik in Deutschland	www.netzwerk-ebd.de
FSM Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V.	2005	Jugendschutz (z.B. Verhaltenskodex Jugendschutz Mobilfunk der Mobilfunkanbieter in Deutschland)	www.fsm.de
GSMA Association – weltweite Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter	2008	Bekämpfung der Darstellung sexuellen Missbrauchs von Kindern im Internet	www.gsma.com
MÜNCHNER KREIS	2003	Unabhängige Plattform zur Orientierung für Gestalter und Entscheider in der digitalen Welt	www.muenchner-kreis.de
Stiftung Digitale Chancen	2010	Engagement, um mehr Menschen für die Möglichkeiten des Internets zu interessieren und sie bei der Nutzung zu unterstützen. Ziel ist es, dem Ausschluss benachteiligter Bevölkerungsgruppen von der Entwicklung zur Informationsgesellschaft entgegenzuwirken.	www.digitale-chancen.de
UPJ e.V. Unternehmen als Partner der Jugend	2005	Netzwerk zwischen Unternehmen und Zivilgesellschaft zu Corporate Social Responsibility	www.upj.de
VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V.	2001	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation; aktive Teilnahme an diversen Arbeitsgruppen	www.vatm.de







ZIELERREICHUNG 2015




Um unsere CR-Strategie langfristig und konsequent zu verfolgen, haben wir unsere CR-Steuerung mit Zielen in verschiedenen Bereichen hinterlegt, die wir jährlich überprüfen und bei Bedarf um neue Maßnahmen ergänzen. Mit hinterlegten Kennzahlen steuern wir unsere Aktivitäten und messen unseren Fortschritt, um diese definierten Ziele zu erreichen.

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen	Status 31. Dezember 2015
Mitarbeitervielfalt	Wir werden die Frauenquote in höheren Führungspositionen anheben.	Um das Geschlechterverhältnis in höheren Führungspositionen auf 75:25 bis 2017 anzuheben, — unterstützen wir Frauen, Führungspositionen zu übernehmen — erreichen wir 2015 einen 10%igen Anstieg von Frauen in Führungspositionen gegenüber dem Vorjahr.	
Mitarbeiterzufriedenheit	Den effektiven Transformationsprozess werden wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern vorantreiben.	— Wir erreichen 2015 einen überdurchschnittlichen Wert bei unserer Mitarbeiterbefragung Reflect. — Bis Ende 2015 führen wir Transformations-Workshops für alle Mitarbeiter durch.	
Compliance	Wir werden unser Compliance-Management-System (CMS) im Unternehmen weiter stärken.	2015 — aktualisieren wir die bestehenden Richtlinien gegen Korruption, Bestechung und Interessenkonflikte, — führen wir zwei webbasierte Module zum Compliance-Training sowie eine neue Richtlinie für Geschenke und Bewirtungen ein.	
Sicherheit	Wir werden Corporate Security (CS) im Unternehmen weiter optimieren.	2015 werden wir — weiter an einem integrierten Sicherheitsansatz arbeiten, — einen abgestimmten Störungsmanagementprozess etablieren, — ein Corporate Security Emergency Centre (CSEC) aktivieren.	
Datenschutz	Der Schutz von personenbezogenen Daten hat bei allen Produkten und in allen unseren Prozessen höchste Priorität.	2015 implementieren wir ein integriertes Datenschutzmanagementsystem für das neue Unternehmen. Wir werden — Richtlinien und neue Vorlagen zur Auftragsdatenverarbeitung (ADV) unternehmensweit einführen, — externe und interne Audits und Bewertungen durchführen, — kontinuierliche Beratung und Trainings für die unterschiedlichen Unternehmensbereiche durchführen.	
Gesundheitsmanagement	Wir werden das Gesundheitsmanagement im Unternehmen weiter ausbauen.	Bis Ende 2015 werden wir — ein Governance-Modell für ein integriertes Gesundheitsmanagementsystem einführen, — ein übergreifendes operatives Kontrollgremium für sämtliche unternehmensweiten Gesundheitsmanagement-Aktivitäten etablieren, — ein Employee-Assistance-/Care-Programm (EAP) einführen.	
Kinder- und Jugendschutz	Wir setzen uns dafür ein, dass das Internet für Kinder und Jugendliche sicherer ist.	2015 werden wir — Kundeninformationen zu Kinder- und Jugendschutz der E-Plus Gruppe und der Telefónica Deutschland Group integrieren und eine gemeinsame Online-Kundeninformation erstellen, — ein vertikales Produkt und eine Engagement-Strategie für ein nachhaltiges und zukunftsorientiertes Kinder- und Jugendschutz-Portfolio eines digitalen Telekommunikationsunternehmens entwickeln und bis Ende 2016 umsetzen, — uns am Zentrum für Kinderschutz im Internet (I-KiZ) beteiligen, eine aktive Rolle im Vorstand der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) spielen und die Etablierung einer Online-Hilfe für Kinder unterstützen.	
Digitale Lösungen	Wir entwickeln digitale Lösungen, die das Leben der Menschen vereinfachen und dabei auch die Umwelt schützen.	2015 realisieren wir Use Cases, die Kunden dazu befähigen, — mit Telematik-Versicherungen sicherer und umweltfreundlicher zu fahren und Kraftstoff durch effizienteres Fahrverhalten einzusparen, — durch die Anwendung des Produkts O ₂ Car Connection Emissionen durch eine sicherere und effizientere Fahrweise zu reduzieren, — durch den Einsatz des Produkts O ₂ Fleet Management ihre Emissionen dank einer sichereren und effizienteren Fahrweise zu reduzieren. CO ₂ -Emissionen können so erheblich eingespart werden. Bis 2016 statten wir gemeinsam mit unseren Partnern mehrere Hundert Haushalte und Firmen mit intelligenten Produkten im Bereich Energieeinsparung aus. Damit erhalten sie größere Transparenz bezüglich ihres Energieverbrauchs und können die Energieeffizienz erhöhen.	

Legende:

Ziel nicht erfüllt	
Ziel teilweise erfüllt	
Ziel voll erfüllt	

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen	Status 31.Dezember 2015
Think Big	Wir inspirieren und befähigen junge Menschen mithilfe unseres Jugendprogramms Think Big, ihre digitalen Kompetenzen auszubauen, eigene Ideen zu entwickeln und diese in gemeinnützigen Projekten umzusetzen.	Im Jahr 2015 inspirieren und befähigen wir im Rahmen von Think Big mehr als 20.000 junge Menschen.	
Umwelt und Strategie	Wir verankern Umwelt- und Klimaschutz strategisch in unseren internen Prozessen.	2015 werden wir — eine integrierte Klima- und Umweltschutzstrategie für das neue Unternehmen entwickeln, — für die Telefónica Deutschland Group eine Nachhaltigkeitsrichtlinie implementieren und kommunizieren, — eine neue globale Umweltrichtlinie und einen Umwelt-Management-Standard in Deutschland etablieren und kommunizieren.	
Energie und Umwelt	Wir werden konsequent den Energieverbrauch und CO ₂ -Ausstoß reduzieren und den Einsatz erneuerbarer Energien fördern.	Wir werden — im Jahr 2015 Energieeffizienz-Ziele (bis 2020) und Maßnahmen (bis 2018) für unsere technischen Standorte sowie Büros, Call-Center und Shops entwickeln, — unseren Energieverbrauch im Netzwerk um 30 % pro Kundenanschluss bis 2015 (Basisjahr 2007) reduzieren, — bis 2016 an unseren technischen Standorten und in unseren Büros und Shops, bei denen wir Kontrolle über die Strombeschaffung haben, zu 100 % auf Strom aus erneuerbaren Quellen umsteigen, — für das neue Unternehmen eine langfristige Strategie für erneuerbare Energien bis zum Jahr 2020 definieren, — bis 2016 mehrere Tausend Basisstationen im Zuge der Netzwerkkonsolidierung abbauen und dabei ökologische Aspekte berücksichtigen, — Klimaschutz-Pilotprojekte weiter vorantreiben (Pilotprojekte zum Austausch von konventionellen Klimaanlageanlagen sowie Einsatz von Kraftstoffzellen zur Notstromversorgung anstelle von Batterien).	
Ressourcenschonung	Wir fördern Aktivitäten, die dabei helfen, die Umweltauswirkungen der Produkte und Geschäftstätigkeiten der Telefónica Deutschland Group zu minimieren.	— Bis 2016 werden wir recyceltes, mit dem „Blauen Engel“ zertifiziertes Papier als Standardpapier im zusammengeführten Unternehmen einführen. — Bis 2015 werden wir nach der Konsolidierung des Produktportfolios der E-Plus Gruppe und der Telefónica Deutschland Group einen Anteil von durchschnittlich mindestens 75 % unserer Smartphones und Feature-Phones erreichen, die mit dem Eco-Index ausgewiesen sind. Zusammen mit Telekommunikationsunternehmen und Nichtregierungsorganisationen werden wir inhaltliche Verbesserungen an dem Eco-Rating-Tool vornehmen. — Von 2014 bis 2015 werden wir insgesamt 50.000 Handys einsammeln. Dafür steigern wir das Kundenbewusstsein für unser Handyrecyclingprogramm bei Privat- und Geschäftskunden.	
Mobilfunk und Gesundheit	Wir unterstützen die Forschung im Bereich elektromagnetischer Felder und leisten kontinuierliche Aufklärungsarbeit.	Auch im Jahr 2015 werden wir die Mobi-Kids-Studie der Ludwig-Maximilians-Universität München unterstützen. Der Fokus der Studie liegt auf der Erforschung von Risikofaktoren für Gehirntumore bei jungen Menschen.	
Lieferkette	Wir fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement.	Bis 2015 verfolgen wir folgende Ziele: — Prüfung und Aktualisierung aller lokalen Beschaffungs-Policies unter Berücksichtigung von globalen Richtlinien, um sicherzustellen, dass aktuelle Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt werden, — Neubewertung aller internen Beschaffungsprozesse, um Nachhaltigkeitskriterien besser in lokale Beschaffungsprozesse und -entscheidungen integrieren zu können. Bis 2016 werden wir in unserem Einkaufsprozess die Vertragsanhänge zu Umweltschutz bzw. Qualitätssicherung prüfen und aktualisieren.	

Legende: **Ziel nicht erfüllt** 
Ziel teilweise erfüllt 
Ziel voll erfüllt 

CR-ZIELE 2016 BIS 2020

Schwerpunkt: Verantwortungsvoll wirtschaften

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen
Datenschutz	Der Schutz von personenbezogenen Daten hat bei allen Produkten und in allen unseren Prozessen höchste Priorität.	Im Jahr 2016 konzentrieren wir uns auf folgende Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none"> — Verbesserung der Überwachung und Durchsetzung von Datenschutzmaßnahmen bei Lieferanten: Überarbeitung der Lieferantenpolitik, wo erforderlich; Einführung regelmäßiger Prüfungen und Ausbildung von entsprechenden Telefónica Mitarbeitern, — Einführung einer Datenschutz-Hotline für Kunden, — jährliche Schulungen zum Datenschutz für 85 % aller Mitarbeiter, — Verbesserung der Überwachung und Meldung von Fehlern und Mängeln beim Datenschutz durch interne Prozesse, Mitteilungen und Richtlinien.
Datenschutz Datensicherheit	Wir werden unsere Datensicherheitsprozesse weiter stärken.	Im Bereich Corporate Security liegt unser Fokus in den Jahren 2016 und 2017 auf folgenden Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> — Entwicklung und Implementierung eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) für das zusammengeführte Unternehmen, orientiert am Standard ISO 27.001:2013, — Aufbau einer funktionsfähigen Governance-Struktur, — Integration des Themas Informationssicherheit in alle relevanten Geschäftsbereiche und -prozesse, — Aufbau eines Cyber-Security-Emergency-Centers, — Aufnahme von Security Assessments in der Telefónica Deutschland Group.
Faire Partnerschaften Mitarbeiter	Den effektiven Transformationsprozess werden wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern vorantreiben.	Die Unternehmenstransformation und -integration gestalten wir im Jahr 2016 in konstruktiver und vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Fachbereichen und Arbeitnehmervertretungen. Dabei kommunizieren wir proaktiv und informieren unsere Mitarbeiter zeitnah über Veränderungen im Unternehmen. Wir befähigen und unterstützen die Führungskräfte, die Veränderungen gemäß ihrer Verantwortung bestmöglich zu begleiten und durchzuführen. Bis Ende 2016 werden wir eine Reflect-Punktzahl von 70 erreicht haben. Wir werden Angestellte und Führungskräfte regelmäßig zum Stand der Verhandlungen auf dem Laufenden halten, damit volle Transparenz der Verhandlungsergebnisse sowie der nächsten Schritte gewährleistet ist. Außerdem werden wir das gehobene und mittlere Management schulen, wie der Restrukturierungsprozess durchgeführt werden sollte.
Faire Partnerschaften Mitarbeiter Vielfalt	Wir werden die Frauenquote in höheren Führungspositionen anheben.	Unser Ziel ist ein Frauenanteil im Aufsichtsrat von 30 %, im Vorstand von 20 %, in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstandes (Vs-1) von 16 % und in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstandes (Vs-2) von 16 % bis Ende 2017. Zudem werden wir Frauen in Managementpositionen unterstützen und fördern.
Faire Partnerschaften Mitarbeiter Mitarbeiterentwicklung	Wir werden unsere Mitarbeiter kontinuierlich weiterentwickeln.	Bis Ende 2017 werden wir eine Neudefinition von Ausbildung und dualen Studium vornehmen und ein neues, individuelles Coaching und Mentoring implementieren.
Faire Partnerschaften Mitarbeiter Gesundheitsmanagement	Wir werden das Gesundheitsmanagement im gesamten Unternehmen weiter verbessern.	Im Jahr 2016 konzentrieren wir uns auf folgende Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none"> — Ausweitung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen, Kinderbetreuung und Notfallservices auf alle Standorte, — maßgeschneiderte und modulare Leistungen, um Flexibilität für Mitarbeiter zu ermöglichen, — Entwicklung und Verbesserung einer neuen Richtlinie für das Gesundheitsmanagement (gemäß DIN EN ISO 45001:2016).
Faire Partnerschaften Kunden	Unsere Kunden sollen uns als fairen Mobilfunkanbieter wahrnehmen.	Im Jahr 2016 werden wir Folgendes erreichen: <ul style="list-style-type: none"> — verbesserter persönlicher Mobilfunküberblick durch die App „My O2“, die transparent ist und Informationen in Echtzeit bietet (im Jahr 2016), — Weiterführung von Maßnahmen in fairer Partnerschaft mit unseren Kunden, — bis Ende 2017 werden wir für die unterschiedlichen Bedürfnisse von Kunden mit Behinderungen maßgeschneiderte Tarifangebote entwickelt haben.
Faire Partnerschaften Kunden Best Companion	Wir werden unsere Kunden optimal bedienen und ihnen in jeder Hinsicht das beste Erlebnis bieten.	Bis Ende 2016 werden wir die Positionierung als „Best Companion“ erreicht haben und es unseren Kunden ermöglichen, ihre eigenen Entscheidungen in unserer digitalen Welt zu treffen. Hierfür verfolgen wir folgende Ziele und Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> — die Wahrnehmung als qualifizierter „Guru“ stärken (Hilfe und Inspiration), — Zukunftskonzept für Shops: neue Grundhaltung mit dem Fokus auf Kundenbedürfnissen, — gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, — zuverlässiges Netz mit vollständiger LTE-Möglichkeit in städtischen Gebieten, — Vorteile für junge Menschen und Behinderte.

Schwerpunkt: Verantwortungsvoll wirtschaften

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen
Faire Partnerschaften Kunden O ₂ Guru	Wir werden unsere Kunden für die digitale Welt fit machen.	Bis Ende 2016 werden O ₂ Gurus <ul style="list-style-type: none"> — künftigen und aktuellen Kunden aller Altersgruppen geholfen haben, technische Probleme zu lösen, und ihnen gezeigt haben, wie die digitale Welt über alle Kanäle hinweg ihr Leben bereichern kann, — den Menschen über Guru-Online-Videos, Webinare, Live-Demonstrationen in unseren Stores, durch Workshops und Promotions technische Geräte und Wearables bekannt gemacht und zum Testen bereitgestellt haben, — über die Hotline-Gurus in unseren Kontaktzentren 720.000 Menschen, mit unseren Chat- und Video-Gurus in unserem Online-Kanal 150.000 Menschen und 85 % unserer Kunden durch die Shop- und Partner-Shop-Gurus erreicht und digital inspiriert haben, — unsere anregende Guru-Online-Plattform, die digitale Inhalte mit mehr als drei Millionen Seitenaufrufen pro Jahr anbietet, weiterentwickelt haben, — 850 Guru-Workshops zu unterschiedlichen digitalen Themen für verschiedene Alters- und Interessengruppen in den O₂ Live-Stores und anderen Stores angeboten haben, — Eltern und Kindern die sichere Nutzung des Internets in einem speziellen Guru-Workshop vermittelt haben.
Faire Partnerschaften Kunden Kinder- und Jugendschutz	Wir setzen uns dafür ein, dass das Internet für Kinder und Jugendliche sicherer ist.	<ul style="list-style-type: none"> — Entwicklung und Online-Veröffentlichung einer neuen Kundeninformation zum Schutz von Kindern und Jugendlichen. — Entwicklung einer vertikalen Produktstrategie und Verpflichtung zu einem nachhaltigen und zukunftsorientierten Portfolio für den Schutz von Kindern und Jugendlichen in der digitalen Kommunikation bis Ende 2016. — In der politischen und gesellschaftlichen Debatte über den Jugendschutz und über Medienkompetenz als aktiver Stakeholder auftreten. Teilnahme am I-KiZ und Unterstützung der Online-Hilfe für Kinder. — 2016 wird ein neuer Leitfaden zur Nutzung von Mobiltelefonen in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Kinderhilfswerk e.V. veröffentlicht.
Faire Partnerschaften Lieferkette	Wir fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement.	Im Jahr 2016 erstellen wir im Rahmen unseres nachhaltigen Lieferantenmanagements einen Code of Conduct (CoC) mit Bezug zu unserem Ansatz „Faire Partnerschaften“ und unter Einbeziehung von Telefónica Global Services (TGS). Schrittweise Kommunikation des neuen CoC bis 2017 an alle relevanten Lieferanten. Außerdem: <ul style="list-style-type: none"> — Überprüfung der ESG-Kriterien (Environment Social Governance) im SUMA-Evaluationsprozess, — alle Einkäufer werden zum Thema nachhaltiges Lieferantenmanagement mit relevanten Informationen versorgt, — Anerkennung der nachhaltigsten Lieferanten zusammen mit Stakeholdern bis Ende 2017.
Compliance Lieferkette	Wir überprüfen und minimieren die Risiken in unserer Lieferkette.	Im Rahmen eines Compliance Risk Assessments werden wir die vorhandenen Richtlinien, Prozesse und Kontrollen im Jahr 2016 in der Lieferkette evaluieren und vorhandene Compliance-Risiken transparent machen. In Zusammenarbeit mit TGS werden anschließend Maßnahmen definiert, um die erkannten Risiken abzuschwächen.
Compliance	Wir werden unser Compliance-Management-System (CMS) im Unternehmen weiter stärken.	Neubewertung unseres Compliance-Schulungskonzepts für alle Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group und Implementierung im Jahr 2016.

Schwerpunkt: Leben in der digitalen Welt stärken

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen
Digitale Inklusion Think Big	Wir inspirieren und befähigen junge Menschen mithilfe unseres Jugendprogramms Think Big, ihre digitalen Kompetenzen auszubauen, eigene Ideen zu entwickeln und diese in gemeinnützigen Projekten umzusetzen.	Bis Ende 2016 werden wir seit dem Start im Jahr 2010 mit Think Big 90.000 junge Menschen erreicht und ihnen digitale und unternehmerische Fähigkeiten vermittelt haben, die sie brauchen, um einen positiven gesellschaftlichen Wandel zu fördern. Bis Ende 2016 werden wir <ul style="list-style-type: none"> — mehr als 16.000 junge Menschen aller Förderstufen inspiriert und erreicht haben, — 370 geförderte Projekte mit 7.000 beteiligten jungen Menschen unterstützt haben, — weitere 9.000 junge Menschen erreicht und digital inspiriert haben.
Digitale Inklusion Tablet-PCs für Senioren	Wir werden älteren Menschen den Zugang zu digitalen und mobilen Medien erleichtern.	Bis April 2017 werden wir mit dem Programm Tablet-PCs für Senioren gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen deutschlandweit 2.000 ältere Menschen erreichen. So tragen wir dazu bei, dass auch die Gruppe der Senioren Zugang zur digitalen Welt erhält und die Vorteile in ihrem Alltag nutzen kann. Dies werden wir mit einer Studie begleiten.

Schwerpunkt: Leben in der digitalen Welt stärken

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen
Digitale Inklusion Kunden	Wir werden die Menschen für die Vorteile digitaler Lösungen begeistern.	Nutzung unserer Zukunft-, Erlebnis- und Konzept-Stores, damit Menschen ein Teil der digitalen Erfahrung werden können. Wir präsentieren attraktive Lösungen und schulen unsere Kunden mit modernsten Technologien. Bis Ende 2016 werden wir deutschlandweit mindestens 40 Shops eröffnet haben, die der oben genannten Strategie folgen. Ein umfangreicheres Marktauftrittsszenario wird gerade geprüft.
Lebensqualität steigern Kunden	Wir entwickeln digitale Lösungen, die das Leben der Menschen vereinfachen und dabei auch die Umwelt schützen.	<ul style="list-style-type: none"> — Durchführung von Pilotprojekten in Bereichen wie smart Home, Flottenmanagement, Energiemanagement, um das Leben der Menschen 2016 nachhaltiger (z.B. gesünder, einfacher, umweltfreundlicher) zu machen. — Smarte Energielösungen: Bis Ende 2016 werden wir gemeinsam mit unseren Partnern weitere mehrere Hundert Haushalte und Unternehmen mit einer smarten Produktlösung ausgestattet haben, mit der sie eine höhere Transparenz ihres Energieverbrauchs gewinnen und so die Energieeffizienz steigern können. — Ausstattung von Haushalten mit intelligenten Produkten (smart Homes) aus den Bereichen Energiesparen, Sicherheit und Sorgenfreiheit bis 2018. — Produkte für B2B(und B2G)-Kunden, die unsere Kunden bei ihren Bemühungen um Energieeffizienz unterstützen, werden bis 2018 auf dem Markt sein.

Schwerpunkt: Umwelt schützen

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen
Energie und CO₂	Wir werden den Energieverbrauch und CO ₂ -Ausstoß weiter reduzieren.	Ende 2016 werden wir im Bereich des Energie- und CO ₂ -Managements <ul style="list-style-type: none"> — neue öffentliche Energiesparziele zur Reduzierung des Verbrauchs und des CO₂-Ausstoßes für 2016–2020 gesetzt haben, — einen Maßnahmenplan zur Energieeffizienz bis 2020 entwickelt haben, der weitere Chancen zur Senkung des unternehmensweiten Energieverbrauchs identifiziert und umsetzt und ein nachhaltiges Energiemanagement innerhalb des Netzwerks und der Unternehmensgebäude (Büros, Shops, Call-Center) sicherstellt.
Energie und CO₂ Lieferkette	Wir werden die CO ₂ -Emissionen in unserer Lieferkette weiter aufschlüsseln.	— Ausweitung der Scope-3-CO ₂ -Berichterstattung in den Bereichen vorbereitende Arbeiten und Produkte/Leistungen sowie die Festlegung weiterer Ziele zur Reduzierung von Scope-3-Emissionen mit 2015/16 als Basisjahr.
Energie und CO₂ Eigene Geschäftstätigkeit	Wir werden den Einsatz erneuerbarer Energien fördern.	Verringerung der CO ₂ -Emissionen durch saubere Energien bis 2020. Etwa 100% des Stroms, der an den technischen Standorten, in den Büros und unseren Call-Centern und Shops verbraucht wird und bei denen die Telefónica Deutschland Group die Kontrolle über den Stromeinkauf und die Verträge hat, werden jährlich aus erneuerbaren Quellen bezogen.
Energie und CO₂ Eigene Geschäftstätigkeit	Wir werden unsere Energiemanagementsysteme weiter optimieren.	Bis Ende 2016 werden wir ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 implementiert und zertifiziert haben. Des Weiteren haben wir ein Energiemanagementsystem einschließlich Reduzierungsmaßnahmen entwickelt und eingeführt.
Energie und CO₂ Lieferkette	Wir werden Umweltaspekte im Rahmen unserer Beschaffung verstärkt berücksichtigen.	Im Verlauf der Überführung der E-Plus Gruppe und unter Berücksichtigung der neuen, globalen Umweltpolitik werden wir die umwelt- und qualitätsbezogenen Anhänge der Verträge für Beschaffungsprozesse und -standards bis Ende 2016 geprüft und aktualisiert haben.
Energie und CO₂ Eigene Geschäftstätigkeit	Wir werden die Emissionen im Bereich Mobilität weiter reduzieren.	In den nächsten Jahren erreichen wir in den Bereichen CO ₂ -Management und Mobilität <ul style="list-style-type: none"> — eine Reduzierung der durchschnittlichen Flottenemissionen auf 95 g CO₂/km bis 2020, — 10% weniger CO₂-Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen (Basisjahr 2015) bis 2018 inkl. Prüfung und Entwicklung einer neuen Reiserichtlinie, — die Entwicklung und Umsetzung eines neuen Konzepts zur emissionsreduzierten Fahrt zur Arbeit und nach Hause bis Ende 2018.

Schwerpunkt: Umwelt schützen

Themenbereich	Commitment	Ziele/Maßnahmen
Ressourcenschutz Eigene Geschäftstätigkeit	Wir werden die voranschreitende Digitalisierung nutzen, um wertvolle Ressourcen zu schonen.	<p>Ressourcen bewahren wir durch folgende Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Bis 2017 werden wir die Nutzung von Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“ im neuen Unternehmen standardisiert haben. Wir werden Recyclingpapier in allen Büros und Call-Centern von E-Plus und allen Shops des neuen Unternehmens bewertet und implementiert haben. — Weitere Ausweitung des Anteils von Online-Rechnungen um 2 % jährlich (Basiswert für die Online-Rechnungs-Quote Oktober 2015 mit 90,4%) bis 2018, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern. — Entwicklung eines einheitlichen Standards für die Abfallentsorgung und Schulung der Mitarbeiter, wie damit umzugehen ist, bis Ende 2016. Wir haben unserer Abfallmanagement-Richtlinie die Prozessabläufe für jede Art Abfall hinzugefügt und erklären, wie diese aussehen sollen. — Umweltschonende Behandlung der Abfälle, die aufgrund der Konsolidierung des Netzwerks anfallen, bis Ende 2016. Bei der Berichterstattung über das Abfallmanagement werden wir genauere Informationen über Mengen und Destinationen der verschiedenen Abfallarten berücksichtigen und zwischen z.B. Metall, Elektro- und Elektronikgeräte-Abfall (WEEE) und Batterien unterscheiden. — Bis Ende 2016 werden wir ein einheitliches Hardware-Entsorgungssystem für das neue Unternehmen eingeführt haben. Wir werden die AfB gGmbH als unser Hauptentsorgungsunternehmen für IT-Hardware eingeführt haben.
Ressourcenschutz Kunden	Wir fördern Aktivitäten, die dabei helfen, die Umweltauswirkungen der Produkte und Geschäftstätigkeiten der Telefónica Deutschland Group zu minimieren.	<ul style="list-style-type: none"> — 2016 werden wir die Anzahl der recycelten Mobiltelefone gegenüber den 46.000 aus dem Jahr 2015 zusammen mit dem NABU e.V. und der AfB gGmbH erhöhen, indem wir das Bewusstsein der privaten und geschäftlichen Kunden für die Recyclingprogramme von Mobiltelefonen stärken und die Notwendigkeit eines nachhaltigeren Verhaltens deutlich machen. — Bis Ende 2016 wird der Jahreswert für alle Geräte des aktuellen Smart- und Feature-Phone-Portfolios unserer gelisteten Hersteller (keine Zwischenhändler oder Verkäufer aufstrebender Marken), die im Eco-Index vertreten sind, 80% erreicht haben und wir werden diesen Wert unseren Kunden mitgeteilt haben.
Mobilfunk und Gesundheit	Wir unterstützen die Forschung im Bereich elektromagnetischer Felder und leisten kontinuierliche Aufklärungsarbeit.	Analyse der Einhaltung der aktuellen Mindestwerte in Deutschland und der lokalen Auswirkungen einer Reduzierung dieser Grenzwerte gemäß den Prognosen der Internationalen Kommission für den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (ICNIRP).

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit



An den Vorstand der Telefónica Deutschland Holding AG, München



Unser Auftrag

Wir haben eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2015 der Telefónica Deutschland Holding AG (im Folgenden: der Bericht) für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 durchgeführt.

Grenzen unseres Auftrags

Unser Auftrag bezieht sich ausschließlich auf die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben in ihrer Gesamtheit in der deutschen Fassung der Druckversion des Nachhaltigkeitsberichts. Nicht mit dem Symbol  gekennzeichnete Angaben, zukunftsbezogene Aussagen, Angaben für Vorjahre sowie Verweise auf weitere Berichtsabschnitte und Quellen waren nicht Gegenstand unseres Auftrags.


Kriterien

Wir haben unsere Beurteilung anhand der in den Sustainability Reporting Guidelines G4 der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien vorgenommen. Wir sind der Auffassung, dass diese Kriterien eine geeignete Grundlage für unsere Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit bilden.


Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand der Telefónica Deutschland Holding AG, München, ist verantwortlich für die Aufstellung und den Inhalt des Berichts in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien. Diese Verantwortung umfasst auch die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung interner Kontrollen zur Aufstellung eines Berichts, der frei von wesentlichen Fehlern ist, in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt ist und auf angemessenen Methoden zur Datenermittlung einschließlich unter den gegebenen Umständen begründeten Annahmen und Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben beruht.

Unsere Verantwortung

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der durchgeführten Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit eine Beurteilung der im Text mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben im Bericht für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 in ihrer Gesamtheit abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (revised) durchgeführt.




Hiernach haben wir unsere Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben im Bericht in ihrer Gesamtheit in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien aufgestellt worden sind. Bei einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit sind unsere durchgeführten Arbeiten weniger umfangreich als bei einer Prüfung, die auf die Erlangung einer hinreichenden Sicherheit ausgerichtet ist, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen werden kann.

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und mit dem IESBA Code of Ethics for Professional Accountants (IESBA Code), der auf den tragenden Grundsätzen Integrität, Unparteilichkeit, fachliche Kompetenz und Gewissenhaftigkeit, Verschwiegenheit sowie Berufswürdigkeit des Verhaltens gründet, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.


Das Qualitätssicherungssystem der Ernst & Young GmbH basiert auf den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie der Gemeinsamen Stellungnahme der WPK und des IDW: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis VO 1/2006, die in Einklang mit dem vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standard on Quality Control 1 (ISQC 1) stehen.

Wesentliche Arbeiten

Unsere Auftragsdurchführung umfasste im Wesentlichen folgende Arbeiten:

- Befragung von Mitarbeitern hinsichtlich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Nachhaltigkeitsgrundsätze und des Nachhaltigkeitsmanagements einschließlich des Stakeholder-Dialogs, der Wesentlichkeitsanalyse und der ausgewählten Managementansätze von Telefónica Deutschland Holding AG,
- Befragung von Mitarbeitern, die mit der Erfassung der mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht beauftragt sind, zur Beurteilung des Nachhaltigkeits-Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben in ihrer Gesamtheit relevant sind,
- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Nachhaltigkeitsdaten im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung der Nachhaltigkeitsdaten sowohl an dem Hauptstandort der Telefónica Deutschland Holding AG in München als auch bei der ehemaligen E-Plus Gruppe in Düsseldorf,
- analytische Handlungen hinsichtlich der Qualität der berichteten Daten,
- kritische Durchsicht des Berichtsentwurfs auf Plausibilität und Konsistenz mit den mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben.

Unsere Beurteilung

Auf der Grundlage unserer Arbeiten zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 im Nachhaltigkeitsbericht 2015 von Telefónica Deutschland Holding AG, München, in allen wesentlichen Belangen in ihrer Gesamtheit nicht in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt worden sind.

München, den 10. Mai 2016

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft




Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin



Jessica Daif
Wirtschaftsprüferin

GRI G4 CONTENT INDEX

Der CR-Report der Telefónica Deutschland Group orientiert sich an dem international anerkannten Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI). Er wurde im Einklang mit der neuen Richtlinie GRI G4 – Option Comprehensive und den Anforderungen des GRI Materiality Disclosure Service erstellt. Angaben, die von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft wurden, sind mit einem Prüfzeichen  versehen.



GEPRÜFT

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

Indikator

Verweis






Strategie und Analyse

G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	Vorwort des CEO (S. 4)	
G4-2	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	Business-Strategie (S. 9), CR-Strategie (S. 10)	

Organisationsprofil

G4-3	Name der Organisation	Unternehmensporträt (S. 5)	
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	Unternehmensporträt (S. 5)	
G4-5	Hauptsitz der Organisation	Unternehmensporträt (S. 5)	
G4-6	Länder der Geschäftstätigkeit	Unternehmensporträt (S. 5)	
G4-7	Eigentümerstruktur und Rechtsform	Unternehmensporträt (S. 5), GB (Lagebericht) S. 17 f.	
G4-8	Bediente Märkte	Unternehmensporträt (S. 5)	
G4-9	Größe der Organisation	Unternehmensporträt (S. 5), GB (Magazinteil) S. 63	
G4-10	Gesamtbelegschaft	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 48)	
G4-11	Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 48)	
G4-12	Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-13	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur und Eigentumsverhältnisse	GB (Konzernabschluss) S. 86 ff.	
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	Compliance (S. 14 f.), GB (Lagebericht) S. 51 ff.	
G4-15	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	Compliance (S. 14), Mitgliedschaften (S. 52)	
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen	Mitgliedschaften (S. 52)	

Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

G4-17	Unternehmensstruktur	Unternehmensporträt (S. 5), GB (Lagebericht) S. 17 f.	
G4-18	Bestimmung der Berichtsinhalte	Über diesen Bericht (S. 2), CR-Strategie (S. 10 f.)	
G4-19	Wesentliche Aspekte	CR-Strategie (S. 10 f.)	
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb der Organisation	CR-Strategie (S. 10 f.)	
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb der Organisation	CR-Strategie (S. 10 f.)	
G4-22	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	Keine. Erstbericht für Telefónica Deutschland Group.	
G4-23	Änderung von Berichtsumfang und -grenzen	Keine. Erstbericht für Telefónica Deutschland Group.	

Legende: GB = Telefónica Deutschland Geschäftsbericht 2015



GEPRÜFT

Indikator**Verweis****Einbindung von Stakeholdern**

G4-24	Einbezogene Stakeholdergruppen	CR-Strategie (S. 10), Stakeholder-Engagement (S. 16 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-25	Bestimmung der Stakeholdergruppen	CR-Strategie (S. 10)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-26	Ansätze für Einbezug von Stakeholdern	CR-Strategie (S. 10), Stakeholder-Engagement (S. 16 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-27	Themen und Anliegen der Stakeholder	Stakeholder-Engagement (S. 16 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>

Berichtsprofil

G4-28	Berichtszeitraum	Über diesen Bericht (S. 2)	
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	Über diesen Bericht (S. 2)	
G4-30	Berichtszyklus	Über diesen Bericht (S. 2)	
G4-31	Ansprechpartner	Über diesen Bericht (S. 2), Impressum (S. 70)	
G4-32	GRI-Index	GRI G4 Content Index (S. 62 ff.)	
G4-33	Externe Prüfung des Berichts	Statement Wirtschaftsprüfer (S. 59 ff.)	

Unternehmensführung

G4-34	Struktur der Unternehmensführung	GB (Lagebericht) S. 17 ff., GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., CR-Steuerung (S. 12 f.)	
G4-35	Delegation von Verantwortung für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen	GB (Lagebericht) S. 19 ff., GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., CR-Steuerung (S. 12 f.)	
G4-36	Zuständigkeiten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen	GB (Lagebericht) S. 19 ff., GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., CR-Steuerung (S. 12 f.)	
G4-37	Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und höchstem Kontrollorgan	GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff., CR-Steuerung (S. 12 f.)	
G4-38	Zusammensetzung und Komitees des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-39	Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-40	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-41	Verfahren zur Vermeidung von Interessenkonflikten	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-42	Rolle des höchsten Kontrollorgans bezüglich Strategie und Zielen	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-43	Maßnahmen bezüglich Nachhaltigkeitskenntnissen des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-44	Nachhaltigkeitsbezogene Leistungsbeurteilung des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-45	Rolle des höchsten Kontrollorgans bezüglich Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-46	Rolle des höchsten Kontrollorgans bezüglich der Wirksamkeit des Risikomanagements	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-47	Häufigkeit der Überprüfung von Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen durch höchstes Kontrollorgan	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-48	Höchstes Komitee zur Freigabe des Nachhaltigkeitsberichts	Vorwort des CEO (S. 4)	
G4-49	Prozess zur Vermittlung kritischer Anliegen an höchstes Kontrollorgan	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.	
G4-50	Kritische Anliegen, die dem höchsten Kontrollorgan berichtet wurden	GB (Bericht des Aufsichtsrats) S. 171 ff.	
G4-51	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und leitende Führungskräfte	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Lagebericht) S. 67 ff.	
G4-52	Prozess zur Festlegung der Vergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Lagebericht) S. 67 ff.	
G4-53	Meinungsäußerungen der Stakeholder zur o.g. Vergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Lagebericht) S. 67 ff.	
G4-54	Verhältnis der höchsten Jahresvergütung zur durchschnittlichen Mitarbeitervergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Lagebericht) S. 67 ff.	



GEPRÜFT

Indikator**Verweis****Unternehmensführung**

G4-55	Prozentuale Steigerung der Jahresvergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 179 ff., GB (Lagebericht) S. 67 ff.
-------	--	--

Ethik und Integrität

G4-56	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards	Compliance (S. 14 f.), GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.
G4-57	Interne und externe Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten	Compliance (S. 14 f.), GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.
G4-58	Verfahren zur Meldung von unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten	Compliance (S. 14 f.), GB (Corporate Governance Bericht) S. 176 ff.

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN**Kategorie: Wirtschaftlich****Wirtschaftliche Leistung**

G4-DMA	Managementansatz	Business-Strategie (S. 9), GB (Lagebericht) S. 10 ff.
G4-EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Kennzahlentabelle ökonom. Kennzahlen (S. 47), GB (Konzernabschluss) S. 79
G4-EC2	Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels	CR-Strategie (S. 10 f.), Umwelt schützen (S. 40 ff.)
G4-EC3	Verpflichtungen aus Pensionsplan	GB (Konzernabschluss) S. 97
G4-EC4	Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung	GB (Lagebericht) S. 24

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

G4-DMA	Managementansatz	Business-Strategie (S. 9), Lebensqualität: Netz und Produkte (S. 19 ff.), Digitale Inklusion (S. 22), Corporate Citizenship (S. 24)
G4-EC7	Entwicklung und Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen und unterstützten Dienstleistungen	Business-Strategie (S. 9), Lebensqualität: Netz und Produkte (S. 19 ff.), Digitale Inklusion (S. 22 f.)
G4-EC8	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Business-Strategie (S. 9), Lebensqualität: Netz und Produkte (S. 19 ff.), Digitale Inklusion (S. 22 f.)

Beschaffung

G4-DMA	Managementansatz	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)
G4-EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 47)

Kategorie: Ökologisch**Energie**

G4-DMA	Managementansatz	Umwelt schützen (S. 40 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN4	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49 f.) Nich relevant für interne Unternehmenssteuerung und nicht gefordert von Stakeholdern.	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN5	Energieintensität	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49)	
G4-EN6	Verringerung des Energieverbrauchs	Energie und CO ₂ -Emissionen (S. 41 f.) Die Bezugsgröße zu 2007 resultiert aus der Übernahme der Holdinggesellschaft O ₂ plc durch Telefónica, S.A. im Jahr 2006. Die neue Zieldefinition erfolgte zeitnah im Jahr 2007.	<input checked="" type="checkbox"/>



Indikator

Verweis

Energie

G4-EN7 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen Energie und CO₂-Emissionen (S. 41 f.)

Emissionen

G4-DMA Managementansatz	Umwelt schützen (S. 40 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN15 Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49), GB (Lagebericht) S. 49	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN16 Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN17 Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN18 Intensität der Treibhausgasemissionen	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 49 f.)	
G4-EN19 Reduktion der Treibhausgasemissionen	Energie und CO ₂ -Emissionen (S. 41 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN20 Emission Ozon abbauender Stoffe	Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind nicht wesentlich.	
G4-EN21 NOx, SOx und andere signifikante Luftemissionen	Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind nicht wesentlich.	

Produkte und Dienstleistungen

G4-DMA Managementansatz	Umwelt schützen (S. 40 ff.)	
G4-EN27 Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	Umwelt schützen (S. 40 ff.)	
G4-EN28 Rücknahme von Produkten und Verpackungen	Ressourcenschutz (S. 43), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 50)	

Compliance

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN29 Wesentliche Bußgelder und Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Umweltauflagen	2015 wurde in 19 Fällen gegen die Verordnung über das Nachweisverfahren zur Begrenzung elektromagnetischer Felder (BEMFV) verstoßen, was Bußgeldbescheide in Höhe von 52.073,50 EUR zur Folge hatte.	

Insgesamt

G4-DMA Managementansatz	Umwelt schützen (S. 40 ff.)	
G4-EN31 Umweltschutzaufwendungen und -investitionen	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 50)	

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte

G4-DMA Managementansatz	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-EN32 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-EN33 Wesentliche ökologische Auswirkungen in der Lieferkette	Umwelt schützen (S. 40 ff.), Lieferantenmanagement (S. 29)	

Beschwerdemechanismen hinsichtlich ökologischer Aspekte

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	
G4-EN34 Formelle Beschwerden bezüglich ökologischer Auswirkungen	Keine	

Kategorie: Gesellschaftlich – Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Beschäftigung

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------



GEPRÜFT

Indikator**Verweis****Beschäftigung**

G4-LA1	Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 49), Telefónica als Arbeitgeber (S. 33)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA2	Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte	Keine Unterscheidung bei: Gruppenunfallversicherung (inkl. Erwerbsunfähigkeits- und Invaliditätsschutz), Gesundheitsvorsorge, Elternzeit, Aktienbeteiligung, Essensgeldzuschuss, Nutzung von betrieblichen Einrichtungen wie z.B. Kantine, Sportprogramm und vermögenswirksamen Leistungen Für unbefristet Beschäftigte: Altersversorgung; aufgrund der gesetzlichen Unverfallbarkeitsfrist von fünf Jahren Die meisten Nebenleistungen werden Teilzeitkräften auf Basis ihres anteiligen Beschäftigungsgrads oder auf Basis des Teilzeitgehalts gewährt. Es gibt Leistungen, bei denen teilzeitbeschäftigte Mitarbeiter den gleichen Betrag erhalten wie Vollzeitbeschäftigte (z.B. Fahrtkostenzuschuss, Gesprächsguthaben für eigene Services).	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA3	Rückkehr nach Elternzeit	Telefónica als Arbeitgeber (S. 34). Gemäß § 15 Bundeselternzeit- und Elternzeitgesetz hat in Deutschland jeder Elternteil Anspruch auf Elternzeit zur Betreuung und Erziehung seines Kindes, bis dieses sein drittes Lebensjahr vollendet hat.	<input checked="" type="checkbox"/>

Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

G4-DMA	Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA4	Mitteilungsfristen bezüglich wesentlicher betrieblicher Veränderungen	Nach Beschlussfassung durch die zuständigen Betriebsratsgremien in einem mit diesen abgestimmten Ablauf und gemeinsam vereinbarten Fristen.	

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

G4-DMA	Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA5	Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind typischerweise auf Unternehmensebene – also bundesweit – tätig (bsp. Arbeitssicherheitsausschuss) Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft: etwa 0,5 %	
G4-LA6	Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 49)	
G4-LA7	Arbeitnehmer mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung	Nicht wesentlich, da keine Mitarbeitergruppen einer berufsbedingten Erkrankung (Berufskrankheit) unterliegen.	
G4-LA8	Vereinbarungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheit mit Gewerkschaften	Vereinbarungen sind in formellen Betriebsvereinbarungen zu Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes geregelt. Die existierenden Vereinbarungen behandeln ca. 25 % aus der Gesamtheit aller Themen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz.	

Aus- und Weiterbildung

G4-DMA	Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 48)	
G4-LA10	Programme zum Kompetenzmanagement, Umgang mit Berufsausstieg und der Verlängerung der Beschäftigungsfähigkeit	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	
G4-LA11	Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.) Aufgrund des Zusammenschlusses wurde der reguläre Performance-Dialog ausgesetzt. Entwicklungsgespräche fanden dennoch statt, in denen sich Mitarbeiter und Führungskräfte in Dialogen ausgetauscht haben, um eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung zu erhalten. Für Führungskräfte steht durch Telefónica, S.A. ein globales System zur Verfügung.	

Vielfalt und Chancengleichheit

G4-DMA	Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten	Kontrollorgane: GB (Erklärung zur Unternehmensführung), S. 179 ff., Mitarbeiter: Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 48)	

**Indikator****Verweis****Gleicher Lohn für Frauen und Männer**

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA13 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen gegenüber Männern	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 48)	

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken

G4-DMA Managementansatz	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-LA14 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-LA15 Wesentliche Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 29)	

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Arbeitspraktiken

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	
G4-LA16 Formelle Beschwerden bezüglich Auswirkungen auf Arbeitspraktiken	Compliance (S. 14 f.)	

Kategorie: Gesellschaftlich – Menschenrechte**Investitionen**

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.), Telefónica als Arbeitgeber (S. 31)	
G4-HR1 Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechte berücksichtigen	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR2 Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	Kennzahlentabelle Compliance (S. 47)	

Gleichbehandlung

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	
G4-HR3 Diskriminierungsvorfälle	Keine	

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR4 Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen Vereinigungsfreiheit verletzt oder gefährdet ist, und ergriffene Maßnahmen	Keine	

Kinderarbeit

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR5 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit	Keine	

Zwangs- oder Pflichtarbeit

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR6 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangsarbeit	Keine	

**Indikator****Verweis****Prüfung**

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR9 Geschäftsstandorte, die bezüglich Menschenrechten überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR10 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR11 Wesentliche Auswirkungen auf Menschenrechte in der Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 29)	

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.), Lieferantenmanagement (S. 29 f.)	
G4-HR12 Formelle Beschwerden bezüglich Menschenrechtsverletzungen	Lieferantenmanagement (S. 29)	

Kategorie: Gesellschaftlich – Gesellschaft**Lokale Gemeinschaften**

G4-DMA Managementansatz	Leben in der digitalen Welt stärken (S. 19 ff)	
G4-S01 Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften	Leben in der digitalen Welt stärken (S. 19 ff)	
G4-S02 Geschäftstätigkeiten, die negativ auf lokale Gemeinschaften wirken können	Leben in der digitalen Welt stärken (S. 19 ff)	

Korruptionsbekämpfung

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	
G4-S03 Anteil der auf Korruptionsrisiken überprüften Geschäftsstandorte und ermittelte Risiken	Compliance (S. 14 f.)	
G4-S04 Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	Compliance (S. 14 f.), Kennzahlentabelle Compliance (S. 47)	
G4-S05 Bestätigte Korruptionsfälle	Keine	

Politik

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14)	
G4-S06 Gesamtwert politischer Spenden	Keine	

Wettbewerbswidriges Verhalten

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	
G4-S07 Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	Compliance (S. 14)	

Compliance

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-S08 Wesentliche Bußgelder und Sanktionen wegen Verstößen gegen Gesetze und Vorschriften	Siehe EN 29	

**Indikator****Verweis****Beschwerdemechanismen hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen**

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	
G4-SO11 Formelle Beschwerden bezüglich Auswirkungen auf die Gesellschaft	Keine	

Kategorie: Gesellschaftlich – Produktverantwortung**Kundengesundheit und -sicherheit**

G4-DMA Managementansatz	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 35 f.), Jugendschutz (S. 37), Mobilfunk und Gesundheit (S. 44)	
G4-PR1 Anteil wesentlicher Produkte und Dienstleistungen, die auf Sicherheit und Gesundheit geprüft wurden	Mobilfunk und Gesundheit (S. 44) An allen Sendemasten werden Messungen unternommen. Weitere Informationen stehen auf der Webseite der Telefónica Deutschland Group zur Verfügung, unter anderem eine aktuelle Liste der Mobiltelefon-SAR-Werte: https://www.telefonica.de/verantwortung/umwelt-und-klima-schuetzen/mobilfunk-gesundheit.html	
G4-PR2 Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und Verhaltensregeln bezüglich der Sicherheit der Produkte und Dienstleistungen sowie deren Auswirkungen auf die Gesundheit	Keine	

Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen

G4-DMA Managementansatz	Kunden (S. 27), Datenschutz und Informationssicherheit (S. 35 f.), Jugendschutz (S. 37), Mobilfunk und Gesundheit (S. 44)	
G4-PR3 Grundsätze zur Produktkennzeichnung sowie Anteil der Produkte, die diesen unterliegen	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 35 f.), Jugendschutz (S. 37), Energie und CO ₂ -Emissionen (S. 42)	
G4-PR4 Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln bezüglich der Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Keine	
G4-PR5 Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	Kunden (S. 28)	

Werbung

G4-DMA Managementansatz	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 35 f.), Jugendschutz (S. 37)	
G4-PR6 Verkauf verbotener Produkte	Keine	
G4-PR7 Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	Kennzahlentabelle Compliance (S. 47)	

Schutz der Privatsphäre des Kunden

G4-DMA Managementansatz	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 35 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-PR8 Berechtigte Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 35 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>

Compliance

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 14 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-PR9 Wesentliche Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	Siehe EN29	

IMPRESSUM

ANSPRECHPARTNER

Wir freuen uns auf Ihre Fragen oder Ihr Feedback zum Thema Verantwortung der Telefónica Deutschland Group. Wenden Sie sich hierfür bitte an das CR-Team unter der E-Mail-Adresse: cr-de@telefonica.com

HERAUSGEBER

Telefónica Deutschland Holding AG

Valentina Daiber
Director Corporate Affairs
Georg-Brauchle-Ring 23–25
80992 München

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

Claudia von Bothmer
Head of Corporate Responsibility

PROJEKTL EITUNG

Dr. Markus Sardison, Corporate Responsibility Manager
Melanie Borsos, Corporate Responsibility Manager

KONZEPT UND REDAKTION

Scholz & Friends Reputation, Berlin

GESTALTUNG

Strichpunkt, Stuttgart/Berlin

BILDNACHWEISE

Izabela Habur (Cover), Bernd Opitz (S. 4), Henrik Andree (S. 16), Getty/Bernhard Lang (S. 20), Ailine Liefeld (S. 20, 21, 22, 44), Fernanda Vilela (S. 23), Youvo (S. 25), Jürgen Heuser (S. 28), Getty/caiimages (S. 29), Conny Mirbach (S. 31), Getty/EschCollection (S. 38), Rest Telefónica

VERÖFFENTLICHUNG

Mai 2016 — alle Zahlen wurden, sofern nicht anders gekennzeichnet, zum 31. Dezember 2015 erhoben. Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Die deutsche Ausgabe ist im Zweifel verbindlich.

Der CR-Report ist online verfügbar unter www.telefonica.de/verantwortung