

A close-up, shallow depth-of-field photograph of two hands interacting with a tablet. The hands are positioned on either side of the frame, with fingers touching the screen. The background is a soft, out-of-focus blue and white, suggesting a bright, modern environment.

BUILDING A SUSTAINABLE DIGITAL FUTURE

Telefónica Deutschland übernimmt Verantwortung



2014 war für unser Unternehmen ein besonderes Jahr: Telefónica Deutschland und die E-Plus Gruppe haben durch ihren Zusammenschluss Kräfte gebündelt und den nach Mobilfunkkunden größten Telekommunikationsanbieter in Deutschland geformt. Wir haben nun die Chance, unser Unternehmen komplett neu aufzustellen, um den digitalen Wandel voran zu treiben. Unser Ziel ist es, der führende digitale Telekommunikationsanbieter in Deutschland zu werden. Daraus ergeben sich für uns nicht nur interessante Geschäftsmöglichkeiten. Wir übernehmen damit auch eine noch größere Verantwortung für die Gesellschaft, unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und unsere Aktionäre.

Die Digitalisierung ist schon heute Lebens- und Arbeitsrealität der Menschen. Wir wollen unsere Kunden mit innovativen Produkten dabei unterstützen, ihr Leben einfacher und nachhaltiger zu machen. Moderne Technologien helfen dabei, die Gesellschaft aktiv mitzugestalten und Klima und Umwelt besser zu schützen.

Als Unternehmen fokussieren wir uns auf die Bereiche, in denen wir als Telekommunikationsanbieter den größten Beitrag leisten können. Digitale Kommunikation fördert die Inklusion verschiedener Gesellschaftsgruppen. Unserer Überzeu-

gung nach sollten moderne Technologien allen Menschen offen stehen. So unterstützen wir beispielsweise junge Menschen dabei, eigene digitale Ideen zu entwickeln und dadurch etwas in ihrem Umfeld zu verändern. Senioren wiederum ermöglichen wir durch den Zugang zum Internet an gesellschaftlichen Entwicklungen teilzuhaben. Zudem eröffnen sich mit M2M Technologien ganz neue Chancen, um den Energieverbrauch und CO₂ Ausstoß zu reduzieren.

Mit dem CR Factbook 2014 fassen wir unsere Aktivitäten zusammen und geben Ihnen einen Überblick darüber, wie wir Verantwortung bei Telefónica leben.

Thorsten Dirks
Chief Executive Officer
Vorstandsvorsitzender der Telefónica Deutschland Holding AG

Strategischer Plan für mehr Nachhaltigkeit

Digitale Kommunikation bringt die Welt nicht nur enger zusammen – sie ist auch ein Schlüssel für nachhaltige Entwicklung. Diese Vision verfolgen wir mit unserer [Corporate Responsibility \(CR\)-Strategie](#).

Mit digitalen Anwendungen gestalten wir eine Entwicklung mit, die die Welt grundlegend verändert. Unsere Verantwortung nehmen wir insbesondere in den Bereichen wahr, in denen wir als Telekommunikationsunternehmen die größte Wirkung erzielen können. In Einklang mit der globalen Corporate Responsibility-Strategie unseres Mutterkonzerns Telefónica S.A. verfolgen wir dafür drei strategische Schwerpunkte.

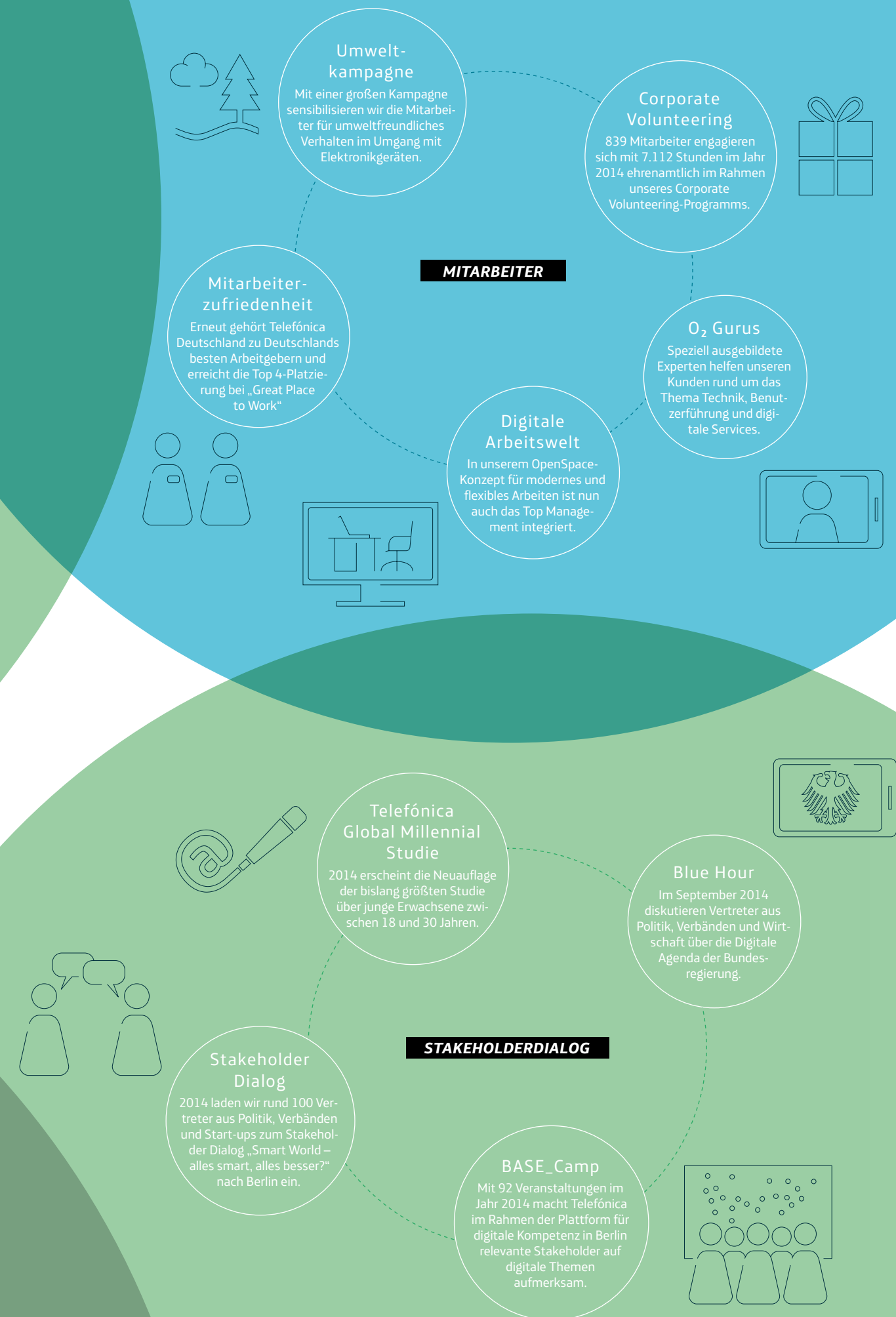
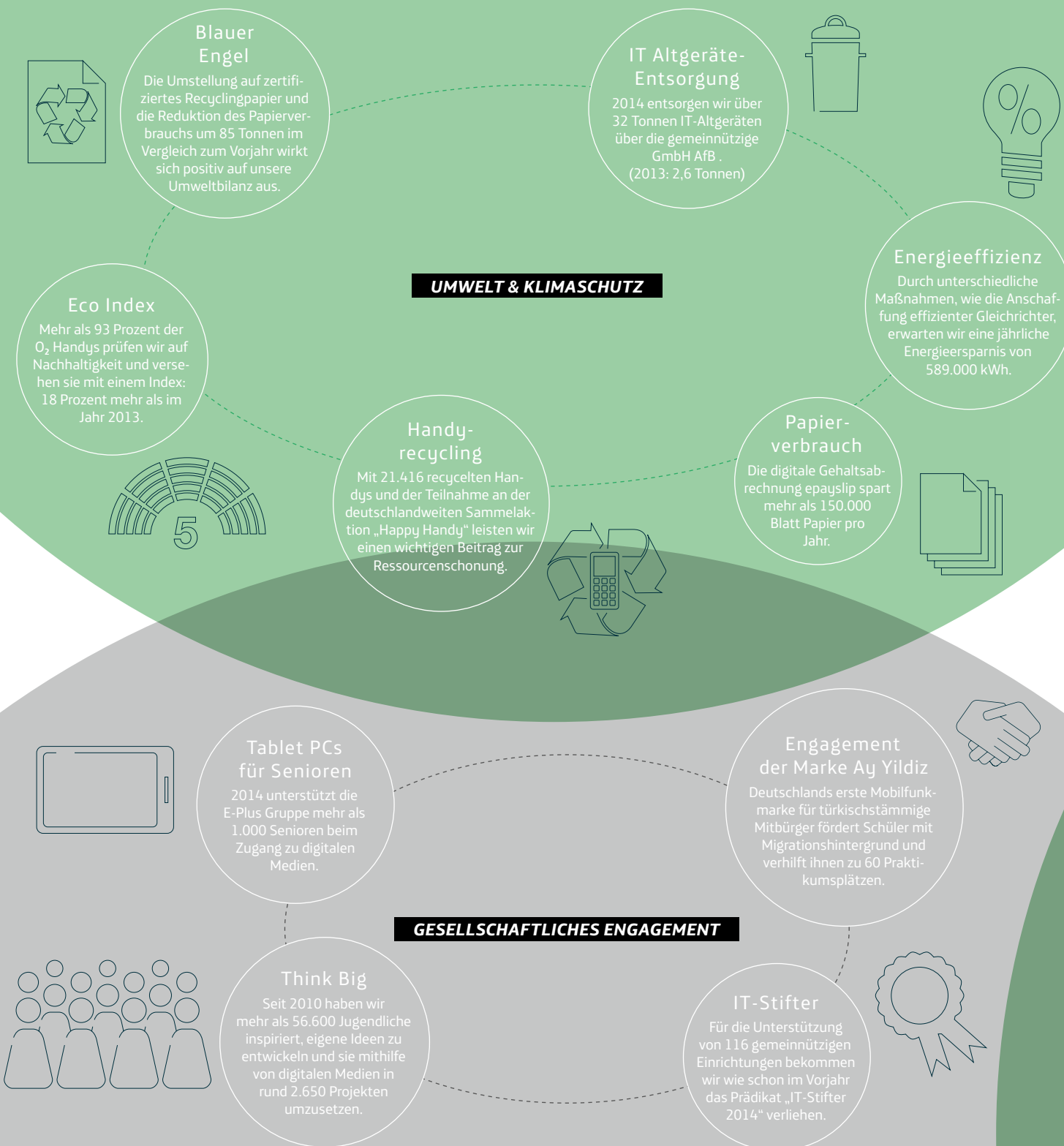
- **Enabling better lives** – Lebensqualität steigern: Unser Ziel ist es, die Arbeits- und Lebenswelt unserer Kunden mit digitalen Lösungen zu vereinfachen und nachhaltiger zu gestalten.
- **Transforming society** – Gesellschaft stärken: Unser Ziel ist es, soziale und gesellschaftliche Innovationen anzustoßen und mittels digitaler Kommunikation einen Beitrag zur Inklusion zu leisten. Im Fokus steht unser Jugendprogramm Think Big.
- **Caring for the planet** – Umwelt und Klima schützen: Unser Ziel ist es, unseren Kunden mit digitalen Produkten und Dienstleistungen einen nachhaltigen Lebensstil zu ermöglichen und bei internen Abläufen auf Effizienz und Ressourcenschonung zu achten.

Für jedes der drei Themenfelder setzen wir uns jährlich Ziele und entwickeln Maßnahmen, die unserem internen Verständnis von Nachhaltigkeit und den Erwartungen unserer Stakeholder gerecht werden. Für die Steuerung unserer CR-Strategie und die Zielerreichung haben wir klare Verantwortlichkeiten definiert. Die Abteilung Corporate Responsibility koordiniert bereichsübergreifend alle CR-Aktivitäten und initiiert neue Projekte. Die CR-Ziele werden vom Vorstand geprüft und freigegeben. Über unternehmensweit definierte [Schlüsselkennzahlen](#) integrieren wir die Ziele in unsere Steuerungsprozesse. Die Telefónica Deutschland Group hat hierzu gruppenweit Indikatoren für die Bereiche Mitarbeiter, Kunden, Umwelt und Energie, Unternehmensführung, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Gesellschaft sowie Lieferanten eingeführt. Die Basis für die Verwirklichung unserer Ziele sind unsere Mitarbeiter, die wir regelmäßig über unsere CR-Aktivitäten informieren und einbeziehen.

Um den Erwartungen unserer Stakeholder gerecht zu werden, identifiziert die CR-Abteilung relevante Nachhaltigkeitsthemen im Rahmen eines intensiven Dialogs mit ihnen. Mit Beschaffungsaktivitäten in 24 Ländern weltweit zählt dazu auch unser nachhaltiges Lieferantenmanagement, mit dem wir ethische, ökologische, soziale und gesundheitliche Kriterien in unsere Beschaffungsprozesse integrieren.



Unser Engagement auf einen Blick



Im Gespräch mit unseren Zielgruppen

Unser Ziel ist es, mit neuen Technologien die Möglichkeiten unserer Kunden und der Gesellschaft zu erweitern. Um die Wünsche der Menschen bezüglich digitaler Technologien und Services zu kennen und die für sie wichtigen Themen in unseren drei strategischen Schwerpunkten zu verankern, stehen wir über verschiedene Kanäle in einem intensiven Austausch mit unseren Stakeholdern. Unsere wichtigsten Zielgruppen dabei sind Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Shareholder und Nichtregierungsorganisationen.



— Thomas Kranig, Präsident des Bayerischen Landesamtes für Datenschutzaufsicht

Stakeholderbefragung

Um die für Telefónica wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln, bitten wir unsere Mitarbeiter, Kunden, Shareholder, Lieferanten und Partner per Online-Befragung um Rückmeldung zu unserem Corporate Responsibility Engagement.

Kundenkontakt

Mit unseren Kunden treten wir über Shops und Hotlines als auch über innovative Formate wie den „O₂ Pop-up“ Shop auf Facebook in Kontakt. Zudem können sich unsere Kunden untereinander sowie mit Telefónica Mitarbeitern im „O₂ Forum“ und bei den www.mobilfunkexperten.de bei BASE austauschen. Und speziell ausgebildete Experten – die O₂ Gurus – helfen unseren Kunden bei Fragen zu Technik und Benutzerführung persönlich im Store, über O₂ Hotlines, in Kurzvideos, auf unseren Social-Media-Kanälen oder im Online-Chat.

Mitarbeiter

Den Dialog mit unseren Mitarbeitern gestalten wir über verschiedene Formate wie unsere regelmäßige Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit oder zur aktuellen Unternehmensentwicklung. 2014 starteten wir zudem eine Umweltkampagne, mit der wir unsere Mitarbeiter für einen schonenden Umgang mit Ressourcen sensibilisiert haben.



— 2014 fanden im BASE Camp 92 Veranstaltungen statt

Plattform „BASE_camp“

Das „BASE_camp“ ist eine Plattform für digitale Kompetenz im Zentrum des Berliner Regierungsviertels. Gründer, Unternehmen, Verbraucher, Politiker und Wissenschaftler sowie Experten für digitale Medien diskutieren hier Möglichkeiten und Herausforderungen der Digitalisierung. Als offener Ort der Kommunikation ist er als Eventlocation, Netzwerfläche und Raum zum Ausprobieren jedem Interessenten der digitalen Community Berlins zugänglich. Mit verschiedenen Formaten wie „UdL Digital Talk“ oder „Mobile Living“ bespricht Telefónica zentrale digitale Themen mit relevanten Stakeholdern.

Hauptstadtrepräsentanz

Die Hauptstadtrepräsentanz dient als Schnittstelle zu Politik, Wirtschaft und Verbänden. 2014 lud die Telefónica Deutschland Group zum Stakeholder Dialog „Datenschutz“ nach Berlin ein mit dem Ziel, den gesellschaftlichen Dialog über Datenschutz zu vertiefen. Unter der Fragestellung „Smart World – alles smart, alles besser?“ diskutierte die Telefónica Deutschland Group mit Vertretern aus Politik, Verbänden und Start-ups über Chancen und Herausforderungen innovativer datenbasierter Anwendungen.

Dialogformat „Telefónica Blue Hour“

Die „Telefónica Blue Hour“ dient dem Austausch zwischen der Telefónica Deutschland Group und Mitgliedern sowie Mitarbeitern des Deutschen Bundestages zu aktuellen Themen der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)-Politik. 2014 konnte Telefónica unter anderem die Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie Brigitte Zypries als Gastrednerin auf einer Blue Hour begrüßen und mit ihr eine Diskussion über die Digitale Agenda der Bundesregierung führen.

Informationen für Aktionäre

Die Bereitstellung kapitalmarktrelevanter Informationen zu CR für Anteilseigner und Fremdkapitalgeber erfolgt durch die Abteilung Investor Relations, die Presseabteilung sowie über die [Homepage des Unternehmens](#).

Kooperation mit Kommunen

Der Dialog mit der Gesellschaft und die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Kommunen stehen bei der Erweiterung des Mobilfunknetzes im Vordergrund.



— O₂ Gurus unterstützen unsere Kunden über zahlreiche Kanäle.

Telefónica Global Millennial Studie

Anhand von Studien bilden wir aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen ab und integrieren sie in unsere Geschäftsprozesse. Die Telefónica Global Millennial Studie ist die bislang größte Studie über junge Erwachsene zwischen 18 und 30 Jahren und ihren Umgang mit digitalen Medien. 2014 veröffentlichten wir die Neuauflage dieser Studie. Sie zeigt, dass jungen Erwachsenen in Deutschland Freiräume und ein guter Job wichtig sind und dass sie neue Technologien begrüßen. Allerdings schützen sie ihre Daten weniger als Jugendliche in anderen Ländern.

SCHWERPUNKT Lebensqualität steigern

Als Telekommunikationsunternehmen entwickeln wir digitale Lösungen, mit denen wir die Arbeits- und Lebenswelt unserer Kunden vereinfachen und nachhaltiger gestalten wollen. Die Steigerung von Lebensqualität durch unsere Produkte sowie der Schutz unserer Kunden in der digitalen Welt stellen einen bedeutenden Teil unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft dar.



Datenschutz

Millionen Kunden nutzen jeden Tag unsere Kommunikationsnetze und vertrauen unseren Diensten. Der Schutz und die Sicherheit ihrer personenbezogenen Daten haben bei allen Produkten und in allen unseren Prozessen höchste Priorität. Auch bei der Entwicklung neuer Produkte berücksichtigen wir frühzeitig datenschutzrechtliche Regelungen und datenschutzfreundliche Designs. Dabei handeln wir stets im Einklang mit dem deutschen Datenschutzrecht, das den vertrauensvollen Umgang mit Kundendaten eindeutig regelt. Wir gehen verantwortungsvoll mit den Daten unserer Kunden um und kommunizieren transparent gegenüber unseren Kunden und der Öffentlichkeit, wie und wofür Telefónica personenbezogene Daten verwendet. Bei Fragen oder Anregungen wenden Sie sich bitte an unseren Datenschutzbeauftragten über unser online verfügbares [Kontaktformular](#).

Jugendschutz

Als integrierter Telekommunikationsanbieter mit Mobilfunk- und Festnetzangeboten sehen wir uns in der Verantwortung, zum Thema Jugendschutz bei der Mediennutzung aufzuklären. Dafür verfolgen wir verschiedene Aktivitäten innerhalb unseres Unternehmens und über die Bereitstellung von hilfreichen Services und Informationen für Jugendliche und Eltern. Im vom Bundesfamilienministerium gegründeten Think Tank „Zentrum für Kinderschutz im Internet“ entwickeln wir ein zentrales Rat- und Hilfesystem für junge Internetnutzer mit. Die Telefónica Deutschland Group ist Mitglied der „Freiwilligen Selbstkontrolle für Multimedia-Diensteanbieter“, die sich mit vielfältigen medienpädagogischen Projekten für Kinder und Jugendliche engagiert. Mit unserer Jugendschutzhotline beraten wir zudem Eltern bei der kinderfreundlichen Wahl und Konfiguration von Mobilfunkprodukten. Bei Fragen oder Anregungen wenden Sie sich bitte an unseren Jugendschutzbeauftragten über unser online verfügbares [Kontaktformular](#).

Innovative Produkte mit M2M-Technologien

Digitale Lösungen sparen Zeit, Geld und Ressourcen. Sie erweitern die Möglichkeiten der Menschen um ein Vielfaches und können auch Umwelt und Klima entlasten, indem sie komplexe Prozesse vereinfachen. Dabei gewinnen insbesondere Dienste, die auf der Datenkommunikation zwischen Maschinen (M2M) basieren, zunehmend an Bedeutung. Im Rahmen der Energiewende können [M2M-Anwendungen](#) anfallende Energieverluste durch intelligente Stromnetze um bis zu 30 Prozent reduzieren. Zudem befähigen wir unsere Kunden beispielsweise durch die Anwendung der „O₂ Car Connection“ dazu, Emissionen durch eine sicherere und effizientere Fahrweise zu reduzieren. Auf Unternehmensseite ermöglicht der Einsatz des Produkts „O₂ Fleet Store“, den Fuhrpark effizient zu steuern und Kosten und CO₂-Emissionen zu senken. Aber auch in anderen Bereichen des Alltags machen digitale Lösungen das Leben einfacher. Mit Telefónica Services wie der „BASE Wallet“ oder dem mobilen Bezahlungssystem „mpass“ können Kunden ganz unkompliziert mit ihrem Smartphone einkaufen gehen.

VerbaVoice und Wayra

Innovative Technologien und Dienste können darüber hinaus einen wichtigen Beitrag leisten, um gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. So hilft der Schriftdolmetschdienst „VerbaVoice“ hörgeschädigten Menschen, ihren Alltag barrierefreier zu gestalten, indem sie leichter an Gesprächen und Vorträgen teilnehmen können. Um die Entwicklung innovativer Produkte weiter voran zu treiben, unterstützt die Start-up Initiative „Wayra“ Jungunternehmer beim Ausbau ihrer Geschäftsidee.

Informationssicherheit

Telefónica verpflichtet sich in ihren Geschäftsgrundsätzen neben dem Datenschutz auch der Informationssicherheit. Mit umfangreichen technischen, administrativen und physischen Maßnahmen halten wir persönliche Daten geheim und sichern sie gegen mögliche Gefahren von außen – wie einen unbefugten Zugang oder Zugriff, unbefugte Kenntnisaufnahme, Veränderung oder Verbreitung sowie vor Verlust, Zerstörung oder Missbrauch.



SCHWERPUNKT

Gesellschaft stärken

Digitale Kommunikation ist eine der wirkungsvollsten Kräfte zur Transformation der Gesellschaft. Als Mitgestalter der Digitalisierung wollen wir gesellschaftliche und soziale Innovationen anstoßen und einen Beitrag zur Inklusion leisten. Wir binden auch unsere Mitarbeiter in gemeinnützige Aktivitäten ein. Im Fokus unserer gesellschaftlichen Aktivitäten steht das Jugendprogramm Think Big, mit dem wir die Kreativität und die Umsetzung ihrer Projekte mit Hilfe von digitalen Medien fördern.

Corporate Volunteering

Corporate Volunteering ist ein wesentlicher Bestandteil unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Im Rahmen von Corporate Volunteering-Aktivitäten können sich unsere Mitarbeiter für gesellschaftliche Belange – in ihrem lokalen Umfeld und weltweit – einsetzen. Neben ehrenamtlichen Aktivitäten für das Jugendprogramm Think Big, unterstützen wir sie, sich bei dem internationalen Proniño-Programm der Fundación Telefónica zu engagieren. Dieses fördert junge Menschen in Lateinamerika und setzt zugleich ein Zeichen gegen Kinderarbeit. Für ihr ehrenamtliches Engagement stellen wir unsere Mitarbeiter zwei Tage pro Jahr frei. 2014 hatten sie zudem die Möglichkeit, über das Gehaltsspendenprogramm „Can Do Giving“ monatlich einen von ihnen bestimmten Anteil ihres Nettogehalts an eine gemeinnützige Organisation zu spenden. Um die Anliegen unserer Mitarbeiter zu fördern, stockt Telefónica jeden der gespendeten Beträge um 20 Prozent auf.

Think Big: Gute Ideen? Nicht warten. Starten.

Digitale Kompetenzen gelten als Schlüsselqualifikation in der modernen Arbeitswelt. Wir glauben, dass die Möglichkeiten digitaler Technologien allen Jugendlichen offen stehen sollten. Nur so können sie ihre Potenziale voll entfalten und ihren Beitrag für eine positive Entwicklung der Gesellschaft leisten. Hier setzt Think Big an, eine gemeinsame Initiative der Telefónica Stiftung, der Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) und der Telefónica Deutschland Group, die 2010 ins Leben gerufen wurde. Über Workshops, Coachings und finanzielle Projektunterstützung inspiriert und unterstützt Think Big 14- bis 25-Jährige, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden, ihre technologischen Fähigkeiten auszubauen, Ideen und Unternehmergeist zu entwickeln und eigene soziale Projekte zu starten.



Bislang haben mehr als 56.600 Jugendliche teilgenommen und mehr als 2.650 Projekte umgesetzt. Bis Ende 2015 wollen wir mit dem Programm mehr als 75.000 junge Leute erreicht haben und sie motivieren, Ideen zu entwickeln und sich gesellschaftlich zu engagieren. Die Ideen der Jugendlichen reichen von einer Vernetzungsplattform für junge Künstler und Vereine über einen YouTube-Kanal gegen Rassismus bis hin zu Nachhilfe-Apps. Die Ergebnisse dokumentieren die Jugendlichen eigenständig auf der Programmwebseite www.think-big.org. Dabei ist allen geförderten Projekten gemeinsam, dass sie Lösungsstrategien für soziale Probleme und Herausforderungen beinhalten, gemeinnützig sind, möglichst viele Menschen erreichen und mit digitaler Technik umgesetzt werden.

think
big

Das Programm „Think Big School“ haben wir 2014 in das Gesamtkonzept von Think Big in die erste Programmstufe „Think Big Lab“ integriert. In Workshops an Bildungseinrichtungen, bei Events oder bei Telefónica erweitern Jugendliche ihre digitalen Kompetenzen und entwickeln Projektideen. In den drei weiteren aufeinander aufbauenden Programmstufen von Think Big werden die Jugendlichen finanziell mit 400 bis 5.000 Euro unterstützt. Zusätzlich bekommen sie individuelle Beratung durch professionelle Partnerorganisationen und Telefónica Mitarbeiter sowie Zugang zu digitaler Technik. Im Berichtsjahr haben wir mit der Digitalwerkstatt außerdem ein neues Beratungsmodul entwickelt. Sie ermöglicht Jugendlichen, kostenlos ein Expertenteam zu neuen Technologien wie die Entwicklung einer App zu befragen und so Wissen zu digitalen Technologien für ihr Projekt zu erwerben.

Think Big Projektbeispiel: Online-Börsenspiel „Tradity“

Ein Beispiel für die erfolgreiche Förderung eines Projekts von Jugendlichen durch Think Big ist das Online-Börsenspiel „Tradity“. Die Projektmacher Moritz Funk und Khai Ba (im Bild unten) haben sich zum Ziel gesetzt, Jugendlichen Wirtschafts- und Finanzthemen auf spielerische Weise näher zu bringen. Die Spielteilnehmer können punkten, indem sie ihr Wissen rund um die Börse unter Beweis stellen. Das Spiel erfreute sich in kurzer Zeit großer Beliebtheit und geht mittlerweile bereits in die dritte Staffel. Es ist eines der fünf Projekte, die seit November 2014 die höchste Förderung Think Big Pro erhalten. Diese umfasst 5.000 Euro finanzielle Unterstützung, einen Arbeitsplatz für acht Monate in einem Co-Working-Space von einem der deutschen Social Impact Labs und professionelles Coaching.





Förderung von Praktikumsplätzen

Ay Yildiz, eine Marke der Telefónica Deutschland Group, fördert Schüler mit Migrationshintergrund: Mit dem Anspruch, einen interkulturellen Hintergrund zu einem Vorteil im Beruf zu wandeln, hat das Unternehmen 2014 ein Netzwerk mit knapp 22 Unternehmen und Organisationen geknüpft, die über 60 Praktikumsplätze zur Verfügung stellen. Ay Yildiz ist Deutschlands erste Mobilfunkmarke für türkischstämmige Mitbürger.

Wettbewerb für Jugendliche

Die Chancen und Herausforderungen des digitalen Lebens für Kinder und Jugendliche stehen im Fokus unseres Engagements. Um sie über Think Big und unsere Jugendschutzmaßnahmen (siehe Schwerpunkt: Lebensqualität steigern) hinaus im Umgang mit digitalen Medien zu stärken, unterstützte Telefónica 2014 erneut den bundesweiten Handyclipwettbewerb „mobile clip festival“ des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

Offene Türen für Kinder und Jugendliche

Am Girls' Day 2014, einem bundesweiten Aktionstag zur Berufsorientierung für Mädchen, waren insgesamt 100 Schülerinnen der achten bis zehnten Klasse an den Telefónica Standorten in München und Hamburg zu Gast und entwickelten gemeinsam mit Mitarbeitern eigene digitale Projektideen. Für diese erstellten sie im Anschluss eine Website und drehten einen Clip mit dem Smartphone. Dadurch konnten die Mädchen ihre Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien erweitern. Bei der E-Plus Gruppe erhielten 25 Mädchen in Düsseldorf einen Einblick in technische Berufe. Am Telefónica Kindertag haben zudem mehr als 75 Kinder einen schulfreien Tag bei Telefónica in München verbracht und ihre Eltern an ihrem Arbeitsplatz besucht.



Tablet PCs für Senioren

Auf dem Weg in das digitale Zeitalter soll keine gesellschaftliche Gruppe zurückbleiben. Deshalb ist es uns ein besonderes Anliegen, auch älteren Menschen den Zugang zu digitalen und mobilen Medien zu erleichtern und die digitale Spaltung der Gesellschaft zu überwinden. Gerade der älteren Generation bietet das mobile Internet vielseitige Möglichkeiten, die den Lebensalltag erleichtern, wie ein Videotelefonat mit Angehörigen oder Freunden, das Auffinden der nächsten Nachtapotheke oder der Abruf von Nachrichten oder Wetterinformationen von unterwegs.

Obwohl sich immer mehr Senioren mit dem Internet vertraut machen und Zugang zu der Technologie finden möchten, nutzen ältere Menschen das World Wide Web immer noch deutlich weniger als jüngere.

Aus diesem Grund hat die E-Plus Gruppe gemeinsam mit der Stiftung „Digitale Chancen“ 2012 das Projekt „Tablet PCs für Senioren“ ins Leben gerufen. Seither werden ausgewählten Senioreneinrichtungen in Deutschland Tablet PCs für vier Wochen zur Verfügung gestellt, die mit einer kostenlosen Internetflatrate ausgestattet sind. Ein Teil der Geräte bleibt dauerhaft in der Einrichtung. Über die technische Ausstattung

hinaus erhalten die Netz-Neulinge der Generation 60 plus auch eine Einweisung von Unterstützern aus Medien und Politik. Voraussetzung für die Teilnahme ist unter anderem, dass die Senioreneinrichtungen die älteren Menschen bei der Nutzung der Geräte unterstützen. Die Stiftung „Digitale Chancen“ betreut das Projekt und untersucht begleitend, wie Tablets älteren Menschen den Einstieg in die Internetnutzung und den Anschluss an die digitale Gesellschaft vereinfachen.

Bis Ende 2014 wurden an 39 Standorten in Deutschland Tablet PCs an Senioreneinrichtungen vergeben und damit mehr als 1.000 Senioren erreicht.

Sach- und Geldspenden

2014 haben wir 218.933 Euro an Institutionen, Einrichtungen oder Projekte aus den Bereichen Kinder und Jugend mit Fokus auf Förderung von Medienkompetenzen und Engagement in der digitalen Welt sowie an Umwelt- und Klimaschutzinitiativen gespendet. Sämtliche Ausgaben für das Programm Think Big hat die Telefónica Stiftung getragen. Diese betrugen rund zwei Millionen Euro. Im Rahmen der Initiative „Stifter-helfen.de“ haben wir 2014 erneut gemeinnützigen Organisationen über das Internetportal insgesamt 275 O₂ Produktbündel im Wert von jeweils 150 Euro zur Verfügung gestellt.



SCHWERPUNKT

Umwelt und Klima schützen

Digitale Lösungen ermöglichen eine Verringerung des ökologischen Fußabdrucks und erlauben jedem Einzelnen einen Beitrag zum Klimaschutz. Deshalb wollen wir unseren Kunden mit digitalen Produkten und Dienstleistungen einen nachhaltigen Lebensstil ermöglichen. Auch innerhalb des Unternehmens achten wir auf Effizienz und gehen verantwortungsvoll mit Ressourcen um.



Umweltmanagement

Ressourcenschonung und Klimaschutz sind wichtige Grundsätze unseres Umweltmanagements. Seit 2004 ist unser Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 zertifiziert. 2014 wurde die Einhaltung des Standards für Telefónica Deutschland Holding AG erneut bestätigt. Unsere Aktivitäten umfassen neben Energieeffizienzmaßnahmen die Einsparung von Ressourcen, die Rückgabe unserer genutzten Elektronikgeräte, die Förderung von Handyrecycling mit unseren Privat- und Geschäftskunden, die Erhöhung von Transparenz von elektromagnetischen Feldern sowie die Förderung von Gesundheit.

Energieeffizienz

Mit rund 95 Prozent entfällt der größte Anteil des Stromverbrauchs der Telefónica Deutschland Group auf das Netz. Daher hat sich die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG zum Ziel gesetzt, den Energieverbrauch im Netzwerk um 30 Prozent pro

Kundenanschluss bis 2015 zu reduzieren (Basisjahr 2007). 2014 haben wir hierfür an 233 Standorten im Mobilfunknetz der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG die vorhandenen Gleichrichter gegen effizientere getauscht. Künftig erwarten wir mit dieser umgesetzten Maßnahme eine jährliche Energieersparnis von 589.000 kWh und damit auch, das uns selbst gesetzte Ziel bis 2015 zu erreichen.

Im Zuge des Abschlusses der R22 Kältemittelablösung haben wir 59 weitere Klimaanlage durch effizientere ersetzt. Mehr als 90 Prozent der Anlagen der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG an 23.942 Standorten werden ohne Klimaanlage betrieben. Zudem führten wir Tests mit der Energieeffizienzsoftware von unseren Mobilfunk-Systemtechniklieferanten durch. Ziel ist es, den Energiedurchschnittsverbrauch der Komponenten in Zukunft bei gleichbleibender Netzwerkqualität zu senken.

Für die Steigerung unserer Energieeffizienz konnten wir 2014 weitere Hebel identifizieren. Diese Maßnahmen werden nach der abgeschlossenen Zusammenlegung der Netze im Rahmen der Integration der E-Plus Gruppe in die Telefónica Deutschland Group Schritt für Schritt eingeleitet. Mit einer zusätzlichen Analyse wollen wir Einsparpotenziale durch eine detailliertere Erfassung der Verbräuche aufzeigen. Resultate hierzu erwarten wir im Jahr 2015. Dann prüfen wir auch, ob wir die Ergebnisse des Teststandortes auf weitere Standorte adaptieren können. Effizienz, Einsparungen und Innovationen sind auch bei der E-Plus Gruppe wichtige Bestandteile im Umgang mit Energie. Mit bestehenden Leuchtturmprojekten von E-Plus, wie energieautarke Mobilfunkstationen oder klimafreundliche Logistiklösungen, wollen wir die Positionierung der Telefónica Deutschland Group als vorbildliches, umweltbewusstes Unternehmen der Zukunft weiter ausbauen.

Ressourcenschonung

Dank der zunehmenden Digitalisierung im eigenen Unternehmen schonen wir wertvolle Ressourcen. Im Jahr 2014 konnten wir beispielsweise unseren Papierverbrauch erneut um 85 Tonnen gegenüber dem Vorjahr senken und somit im Vergleich zu 2010 über 72 Prozent Papier einsparen. Positiv auf unsere Umweltbilanz wirkt sich die 2014 erfolgte Umstellung auf mit dem Blauen Engel zertifiziertes Recyclingpapier in allen Telefónica Germany Büros und Callcentern aus sowie die Digitalisierung der Kundenrechnungen. Zudem versenden wir seit Mai 2014 die Gehaltsabrechnungen der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG Mitarbeiter auf digitalem Weg. Ferner sensibilisierten wir die Mitarbeiter im Rahmen einer Kampagne für umweltfreundliches Verhalten zu Hause, im Büro, im Umgang mit Elektronikgeräten und Althandys sowie durch die Empfehlung von grünen Apps, mit denen sich Umwelt und Klima schonen lassen. Untermauert wurde die Umweltkampagne mit einer Handysammel-Aktion der Mitarbeiter sowie einem Umweltideenwettbewerb.

Indem wir unsere gebrauchten IT-Geräte der gemeinnützigen GmbH AfB (Arbeit für Menschen mit Behinderung) übergeben, tun wir Gutes für Umwelt und Gesellschaft gleichermaßen. 2014 haben wir unsere Partnerschaft ausgebaut, so dass die AfB zum Hauptabnehmer der Hardwareentsorgung von Telefónica Germany GmbH & Co OHG geworden ist. Über 32 Tonnen PCs, Notebooks und Flachbildschirme wurden mit der AfB im Jahr 2014 entsorgt. Das ist eine Steigerung von knapp 92 Prozent gegenüber dem Vorjahr mit einer Entsorgungsmenge von 2,6 Tonnen. Zudem konnten damit drei Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung bei der AfB geschaffen werden. Grundsätzlich sind IT-Geräte der Telefónica Deutschland Group so lange wie möglich in Gebrauch. Ist dies nicht mehr möglich, holt die AfB diese direkt an unseren Bürostandorten ab, garantiert eine zertifizierte Löschung der Festplatten, testet und reinigt die Geräte und verkauft diese mit einer Garantie von mindestens 12 Monaten weiter. Nicht mehr funktionstüchtige Geräte werden von der AfB nach den Löschprozessen entsorgt und ihre Entsorgung schrittweise dokumentiert.



Handyrecycling

Unsere Initiativen zum [Handyrecycling](#) standen auch in diesem Jahr im Fokus unseres Umweltengagements: Mit 21.416 recycelten Handys leisteten wir auch 2014 wieder einen wichtigen Beitrag zur Ressourcenschonung und zum Erreichen unserer Recyclingziele. Bis Ende 2015 wollen wir 50.000 Althandys in Deutschland einsammeln. Die Erträge aus dem Handyrecycling fließen gemeinnützigen Umweltprojekten unserer Kooperationspartner zu. Im Jahr 2014 waren diese Naturefund e.V. sowie der Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU). In unseren O₂ Shops und Partnershops optimierten wir unser Rücknahmesystem von Althandys, indem unsere Kunden aktiv auf die Rückgabemöglichkeit ihrer Geräte aufmerksam gemacht wurden. Derzeit erarbeiten wir weitere Konzepte, um ein gemeinsames Programm für die gesamte Telefónica Deutschland Group zu nutzen und die Rücknahmequote zu erhöhen.

Um die Bereitschaft zum Handyrecycling in der Bevölkerung weiter zu erhöhen, beteiligt sich die Telefónica Deutschland Group an der deutschlandweiten Aktion „Happy Handy“ des Informationszentrums Mobilfunk e.V. (IZMF). Mit dieser ruft das IZMF Vereine und Schulen von Oktober 2014 bis Ende 2015 auf, Althandys zu sammeln, damit diese fach- und umweltgerecht verwertet werden können. Für die Aktion erhält das IZMF prominente Unterstützung von der Bundesumweltministerin Dr. Barbara Hendricks.

Eco Index

Wir wollen unsere Kunden bei der Wahl eines möglichst sozial- und umweltverträglichen Smartphones unterstützen. Mit unserem Bewertungssystem [Eco Index](#) können sie seit 2011 unsere angebotenen O₂ Mobiltelefone unter Nachhaltigkeitskriterien beurteilen. Dafür dient eine Skala von null bis bestmöglichen fünf Punkten. Entwickelt haben wir den Eco Index mit „Forum for the Future“, einer britischen Nichtregierungsorganisation für nachhaltige Entwicklung sowie in Zusammenarbeit mit verschiedenen Geräteherstellern. Der Anteil der im O₂ Portfolio durch den Eco Index gekennzeichneten Handys lag 2014 bei über 93 Prozent. Durch den direkten Dialog mit den Herstellern konnten wir 2014 eine Steigerung von fast 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr erreichen.

Mobilfunk und Gesundheit

Unseren Kunden bieten wir umfangreiche Informationen über die elektromagnetischen Eigenschaften der Produkte in unserem Portfolio. Beim Bau neuer Sendeanlagen binden wir frühzeitig die Kommunen ein. Zudem sind wir Mitglied im Informationszentrum Mobilfunk e.V. (IZMF) und unterstützen Forschungsprojekte dazu.

Fortschritte messen – CR-Schlüsselkennzahlen 2012 – 2014

Telefónica in Deutschland misst Fortschritte und Leistungen im Bereich Corporate Responsibility regelmäßig anhand von Schlüsselkennzahlen. Sie bilden die Basis für das konzernweite CR-Reporting und werden jährlich veröffentlicht.

Die nachfolgend aufgeführten Kennzahlen beziehen sich auf Telefónica Germany GmbH & Co. OHG für das gesamte Jahr 2014 sowie auf die E-Plus Gruppe für das vierte Quartal 2014. Abweichungen bei den Berichtsgrenzen sind entsprechend gekennzeichnet.

Die dargelegten Schlüsselkennzahlen wurden im Rahmen des Berichterstellungsprozesses des CR-Reports 2014 von Telefónica S.A. durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer einer prüferischen Durchsicht unterzogen (siehe [Sustainability Report 2014](#)). Die im Lagebericht des Geschäftsberichts 2014 veröffentlichten Kennzahlen sind hier mit einem Stern (*) gekennzeichnet.

Name	Einheit	2012	2013	2014
Ökonomische Kennzahlen				
Umsatz	Mio. EUR	5.213*	4.914*	5.522*
Operatives Ergebnis (OIBDA)	Mio. EUR	1.279*	1.237*	679*
Investitionen (Capex)	Mio. EUR	(609)*	(666)*	(489)*
Lieferanten				
Einkaufsvolumen	Mio. EUR	1.968	1.791	2.202
Einkaufsvolumen Inland ¹	Mio. EUR	1.227	1.176	1.532
Anzahl beauftragter Lieferanten	Anzahl	1.905	1.536	1.220
Compliance				
Mitarbeiter, die das Training zu den Geschäftsgrundsätzen absolviert haben	Prozent	92	93	84,2
Verstöße gegen gesetzliche Regelungen im Bereich Datenschutz	Anzahl	1	0	1
Begründete Beanstandungen des Werbeverhaltens	Anzahl	29	32	5
Klagen, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, kartellrechtlicher Verstöße oder monopolistischer Praktiken und deren Folgen angestrengt wurden	Anzahl	0	0	0
Mitarbeiter				
Mitarbeiter (FTE) ²	Anzahl	6.019*	5.940*	10.936*
Mitarbeiterfluktuation	Prozent	10,0*	8,6*	10,2*
Anteil Frauen	Prozent	36,2*	35,8*	39,7*
Anteil Frauen im Senior Management	Anzahl	9*	4	14*
Anteil Frauen im Senior Management	Prozent	14,5*	8,7*	14,1*
davon weibliche Mitglieder der Geschäftsleitung	Anzahl	2	1	4
davon weibliche Mitglieder der Geschäftsleitung	Prozent	25,0	12,5	8,7
Anteil Menschen mit Behinderung	Anzahl	108*	113*	261*
Durchschnittliches Alter der Mitarbeiter	Anzahl	37,0*	37,5*	38,0*
Durchschnittliche Trainingsstunden pro Mitarbeiter	Anzahl	25*	34	22
Trainingsstunden	Anzahl	162.000*	173.000*	181.000*
Teilnehmer an Trainings	Anzahl	4.200*	5.100*	8.300*
Auszubildende	Anzahl	108*	113*	171*
Arbeitsunfälle	Anzahl	17	12	8
Zufriedenheit der Mitarbeiter	Punkte (von 100)	76	76*	61 ¹

Name	Einheit	2012	2013	2014
Kunden				
Kundenanschlüsse	Mio.	25,4*	25,2*	48
Gesamtzahl Beschwerden ⁵	Mio.	1,85	1,33	1,25
Gesellschaft				
Spenden und Investitionen in gemeinnützige Projekte	EUR	986.739*	307.967*	218.933 ² *
Teilnehmer an Think Big (Jugendliche)	Anzahl	17.000*	14.000*	14.708*
Teilnehmer am Corporate Volunteering-Programm (Mitarbeiter)	Anzahl	797*	771*	839*
Arbeitsstunden im Corporate Volunteering-Programm	Anzahl	6.881*	9.758*	7.112*
Umwelt				
CO ₂ -Emissionen durch Stromverbrauch und Fuhrpark ³	Tonnen	237.790*	239.380*	288.382*
CO ₂ -Emissionen durch Geschäftsreisen ⁴	Tonnen	3.990*	3.389*	3.990*
Gesamtstromverbrauch ⁵	MWh	486.029*	489.634*	589.682*
davon Netzwerk ⁶	MWh	462.644*	467.907*	560.615*
davon Büros, Shops, Callcenter ⁷	MWh	23.385*	21.727*	29.066*
Anteil des Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energien	Prozent	70*	58*	60*
Wasserverbrauch ⁸	Kubikmeter	92.160*	93.059*	111.787*
Papierverbrauch ⁹	Tonnen	673*	585*	858*
Anzahl der Althandys, die bei O ₂ eingegangen sind ¹⁰	Anzahl	47.898*	43.906*	53.868*
Anteil der Eco Index-geprüften Handys ¹¹	Prozent	78,72*	75,68*	93,48*

- 1

Erstmals wurden alle Mitarbeiter nach dem Zusammenschluss der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG und der E-Plus Gruppe befragt.
- 2

In 2014 hat die Telefónica Stiftung sämtliche Ausgaben für die Projekte im Programm Think Big getragen. Die Investitionen der Telefónica Stiftung in das Deutsche Think-Big-Programm betrug in 2014 rund 2 Mio. EUR.
- 3

Berechnung der CO₂-Emissionen nach ISO 14.064, Greenhouse Gas Protocol (Scope 1+2 direkte und indirekte Emissionen) & ITU-T L.1420; Energie und Emissionen 2013 wurden in 2014 auditiert, 2014 Daten befinden sich im Verifizierungsprozess im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichtserstattung der Telefónica S.A. Die direkten und indirekten CO₂-Emissionen stiegen bei Telefónica Germany GmbH & Co. OHG leicht von 239.380 auf 240.711 Tonnen.
- 4

Die CO₂-Emissionen von Geschäftsreisen bei der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG stiegen von 3.389 auf 3.749 Tonnen.
- 5

Der Gesamtstromverbrauch von Telefónica Germany GmbH & Co. OHG stieg leicht von 489.634 MWh auf 492.997MWh.
- 6

Der Stromverbrauch für das Netzwerk von Telefónica Germany GmbH & Co. OHG stieg leicht von 467.907 auf 473.356MWh.
- 7

Der Stromverbrauch für Büros, Shops und Call Center bei Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sank von 21.727 auf 19.641MWh.
- 8

Der Wasserverbrauch von Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sank von 93.059 auf 92.014 Kubikmeter.
- 9

Der Papierverbrauch sinkt stetig im Zuge der internen Digitalisierung und der weiteren Forcierung der Umstellung auf Onlinerechnungen. Gegenüber dem Vorjahr sank der Papierverbrauch um 14,5% auf 500 Tonnen bei der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG.
- 10

Die Anzahl der eingesammelten Geräte umfasst die Handys, die dem Recyclingprozess zugeführt werden, und die im „Re-Use“-Prozess wiederaufbereitet oder durch unser Handy-Inzahlungsnahmeprogramm angenommen werden. Im Jahr 2014 sammelte Telefónica Germany GmbH & Co. OHG 17.368 und E-Plus Gruppe 4.048 Althandys für Recycling ein. Für „Re-Use“ sind bei Telefónica Germany GmbH & Co. OHG 1.263 Handys mit dem Inzahlungsnahmeprogramm (bis April 2014) und 20.417 gebrauchte Endgeräte eingegangen. Die E-Plus Gruppe sammelte im vierten Quartal 2014 10.772 Handys für „Re-Use“ ein. Die Anzahl der eingesammelten Handys von Telefónica Germany GmbH & Co. OHG stieg also gegenüber dem Vorjahr um knapp 7%.
- 11

Der Anstieg um 17,8% konnte durch den direkten Dialog mit den Herstellern zu den jeweiligen Nachhaltigkeitskriterien erreicht werden. Im Jahr 2015 ist ein einheitliches Produktportfolio inklusive der Fortführung des Eco Index für die Telefónica Deutschland Group vorgesehen.

Impressum

Ansprechpartner

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

Herausgeber

Telefónica Germany GmbH & Co OHG
Valentina Daiber
Director Corporate Affairs
Georg-Brauchle-Ring 23-25
80992 München

Verantwortlich für den Inhalt

Dr. Markus Sardison
Head of Corporate Responsibility

Projektleitung

Katja Hauß

Redaktion und Gestaltung

akzente kommunikation und beratung gmbh

Bildnachweise

Telefónica Deutschland Group

Stand

05/15

Alle Zahlen wurden, sofern nicht anders gekennzeichnet, zum 31. Dezember 2014 erhoben.