

Telefonica

Deutschland

CORPORATE RESPONSIBILITY REPORT 2018

Der Mensch im Mittelpunkt digitaler Verantwortung.



**GESONDERTER
ZUSAMMENGEFASSTER
NICHTFINANZIELLER
BERICHT (NFB)**



Unternehmensporträt

Geschäftstätigkeit

Mit 47,1 Mio. Kundenanschlüssen zum 31. Dezember 2018 ist die Telefónica Deutschland Group einer der drei führenden integrierten Netzbetreiber in Deutschland. Wir bieten Mobilfunk- und Festnetzdienste für Privat- und Geschäftskunden sowie innovative digitale Produkte und Services im Bereich IoT (Internet of Things) und Datenanalyse an. Des Weiteren beziehen unsere zahlreichen Wholesale-Partner umfangreiche Leistungen im Bereich Mobilfunk von uns. Im Mobilfunkbereich bedienen wir die steigende Nachfrage nach mobilen Dienstleistungen, die sich aus der Digitalisierung von immer mehr Lebensbereichen ergibt. Wir sind der einzige Telekommunikationsanbieter mit eigenem Mobilfunknetz, der sich ausschließlich auf Deutschland konzentriert – den attraktivsten Mobilfunkmarkt Europas. Wir sind mit insgesamt 42,8 Mio. Mobilfunkanschlüssen zum 31. Dezember 2018 ein führender Anbieter in diesem Markt. Mehr als 80% unserer Mobilfunkkunden haben dabei einen Mobilfunkvertrag direkt mit uns. Darüber hinaus konnten wir im Festnetzbereich bereits 4,3 Mio. Kunden für unsere Telefonie- und High-speed-Internet-Produkte gewinnen. Wir gehören zur Telefónica, S.A. Group, einem der größten Telekommunikationsunternehmen weltweit.

Das Geschäftsmodell der Telefónica Deutschland Group ist ausführlich unter Grundlagen des Konzerns im zusammengefassten Lagebericht 2018 beschrieben.



Umfassende CR-Strategie dient als Kompass

Die Übernahme von Verantwortung gehört zum Selbstverständnis der Telefónica Deutschland Group. Es ist unser erklärtes Ziel, mit digitalen Technologien zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung gehört es für uns dazu, bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick zu behalten. Unsere CR-Strategie zielt darauf ab, eine verantwortungsvolle Unternehmensführung entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen zu verankern. Wir entwickeln diese kontinuierlich weiter, damit sie auch künftig den steigenden Erwartungen unserer Stakeholder, stärkerer externer Regulierung und unserem eigenen Anspruch als verantwortungsvoll handelndes Unternehmen gerecht wird.

Drei Schwerpunktfelder im Fokus unseres Responsible Business Plan

Die Telefónica Deutschland Group hat 2015 eine ganzheitliche CR-Strategie entwickelt, die die geschäftsstrategische Ausrichtung ebenso wie die Erwartungen unserer Stakeholder berücksichtigt. Unsere CR-Strategie baut auf den Ergebnissen einer Materialitätsanalyse auf. Diese umfasste eine Stakeholderbefragung sowie die Bewertung der Auswirkungen unseres Handelns und der Geschäftsrelevanz potenziell relevanter Themen. Dadurch wurden 25 wesentliche Themen für die Telefónica Deutschland Group ermittelt und in

eine Matrix überführt. Im Anschluss wurden die drei CR-Schwerpunktfelder „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“ und „Umwelt und Klima schützen“ abgeleitet. Auf dieser Basis haben wir 2016 unseren Responsible Business Plan 2020 zur Steuerung unseres Nachhaltigkeitsengagements entwickelt. In diesem wurden mit den Schwerpunktfeldern verknüpfte CR-Themen entlang der Wertschöpfungskette definiert und jeweils übergreifende Ambitionen bis zum Jahr 2020 entworfen. Den Responsible Business Plan 2020 haben wir im CR-Report 2016 ausführlich vorgestellt.

Regelmäßiger Review und Integration neuer Anforderungen

Die CR-Strategie wird jährlich bezüglich der relevanten Themen, die im Rahmen der Materialitätsanalyse ermittelt wurden, verifiziert. Hierfür werden alle beteiligten Fachabteilungen bei Workshops eingebunden und neueste Entwicklungen abgefragt. Im Sinne einer vollständigen Berücksichtigung der relevanten Themen werden zudem aktuelle Branchenaktivitäten und -studien ausgewertet. Auf diese Weise können Veränderungen hinsichtlich der Auswirkungen der Telefónica Deutschland Group, der Relevanz für Stakeholder sowie unserer Geschäftstätigkeit identifiziert werden. Die Ergebnisse der Überprüfung werden in unseren Strategieprozess integriert. Weitere Details zur Herleitung unserer wesentlichen Themen sind unter 6.1 und 6.2 zu finden.

Nichtfinanzielle Risiken in das Risikomanagement integrieren

Wir wollen positive Auswirkungen auf die einzelnen Aspekte erzielen und negative Konsequenzen weitestgehend minimieren. Im Fokus stehen für die Telefónica Deutschland Group die mit den wesentlichen Themen verbundenen Risiken. Eine Aufgabe unserer Managementkonzepte ist die möglichst effektive Reduzierung dieser Risiken.

Vor dem Hintergrund des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) wurden die aus Konzernsicht wesentlichen Risiken für das Geschäftsjahr 2018 im Hinblick auf die für den nichtfinanziellen Bericht relevanten Sachverhalte analysiert. Daran schloss sich die Beurteilung der Risikoszenarien im Hinblick auf die Eintrittswahrscheinlichkeit und das Schadenspotenzial in Bezug auf die definierten nichtfinanziellen Themen an. Wir haben auf diese Weise nur beim Thema Kundenzufriedenheit Potenzial für wesentliche Risiken gemäß CSR-RUG identifiziert. Diesen begegnen wir mit umfangreichen Maßnahmen (siehe Kapitel Kundenzufriedenheit). Die detaillierte Methodik dieser Risikobetrachtung ist unter 6.1 „Wesentlichkeit nach CSR-RUG“ dargestellt.



Kundenzufriedenheit als Grundlage für Unternehmenserfolg

Commitment

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

GRUNDVERSTÄNDNIS

Der Kunde steht im Mittelpunkt

Die fortschreitende Digitalisierung verändert alle Bereiche unseres Lebens. Politik und Wirtschaft sehen sich in der Verantwortung, diese Entwicklung auch im Sinne der Menschen sowie von Kunden zu gestalten. Ein Kernversprechen ist dabei, dass die Digitalisierung für mehr Wachstum und Wohlstand sorgen wird. Als digitaler Telekommunikationsanbieter wollen wir allen Menschen ermöglichen, am digitalen Leben teilzuhaben und die Vorteile der Digitalisierung so zu nutzen, wie es zu ihren Wünschen und Gewohnheiten passt. Dazu gehört für uns auch, dass die Menschen souverän über die Verwendung ihrer Daten entscheiden können.

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist für uns die Grundlage des Unternehmenserfolgs. Dafür sind etwa die Netzqualität, das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Produkt- und Servicequalität entscheidende Faktoren. Ein fairer und ein respektvoller Umgang mit unseren Kunden ist für uns dabei selbstverständlich.

Unser Anspruch ist es, unseren Kunden passend zu ihren Lebensgewohnheiten und Bedürfnissen zunehmend attraktive, einfache Self-Service-Angebote zur Verfügung zu stellen. Dabei sollen unsere Kunden immer ihren persönlich bevorzugten Kanal wählen können. Durch den weiteren Ausbau der Digitalisierung der von uns angebotenen Serviceformate wollen wir das Kundenerlebnis im Onlinebereich noch weiter verbessern.

PROZESSE & STEUERUNG

Klar definierte Kennzahlen messen die Kundenzufriedenheit

Die übergeordnete Verantwortung im Bereich Kundenzufriedenheit tragen der Chief Consumer Officer (CCO) sowie der Chief Partner and Business Officer (CPBO) der Telefónica Deutschland Holding AG. Der CCO verantwortet in dieser Funktion das Privatkundengeschäft mit einem klaren Fokus auf dem Kundenerlebnis, der Chief Partner and Business Officer ist in dieser Position für das Geschäft mit Partnern und Geschäftskunden verantwortlich. Die zentrale Steuerung der Kundenzufriedenheit wurde 2018 durch die Schaffung des Direktorats Customer Experience & Transformation auch organisatorisch stärker verankert.

Wir messen die Kundenzufriedenheit soweit erlaubt auf allen Ebenen – auf Markenebene, Customer-Journey-Ebene und Kontaktebene (d. h. direkt nach dem Kundenkontakt). Daraus wollen wir jeweils relevante Erkenntnisse und Maßnahmen ableiten, um die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern. Als zentrale Leistungskennzahlen verwenden wir den Net Promoter Score (NPS), den Customer Satisfaction Index (CSI) sowie die Churn Rate (exkl. M2M). Bei der Churn Rate (exkl. M2M) handelt es sich um die Abwanderungsrate von Postpaid-Kunden über einen bestimmten Zeitraum geteilt durch die Anzahl der Gesamtkunden. Die Churn Rate (Postpaid-Anschlüsse exkl. M2M) konnte im Vergleich zum Vorjahr annähernd stabil gehalten werden (2017: 1,61%).



Der Net Promoter Score belegt die Bereitschaft des Kunden zur Weiterempfehlung einer Marke. Dieser Wert reflektiert die ganzheitliche Zufriedenheit mit der Marke sowie ihren Produkten und Leistungen. Der NPS wird bestimmt durch unser Markenimage, die Netzwerkqualität, die Servicequalität, das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Attraktivität des Produkt- und Serviceportfolios sowie den Innovationsgrad, der der Marke zugeordnet wird. Alle Maßnahmen zielen auf die Verbesserung dieser Treiber ab. Wir haben im Jahr 2017 eine NPS-Task-Force ins Leben gerufen mit dem Ziel, den NPS-Wert fortlaufend zu erhöhen. Diese haben wir im Jahr 2018 in eine Abteilung überführt und damit in der Organisationsstruktur fest verankert.

Der Customer Satisfaction Index (CSI) wird durch eine extern durchgeführte telefonische Befragung der Privatkunden unseres Unternehmens sowie der Wettbewerber ermittelt. Diese wird jährlich mehrfach nach genau definierten Kriterien vorgenommen. Inwieweit die Kundenwünsche von der wahrgenommenen Leistung abweichen, kann durch das arithmetische Mittel in der Beantwortung von drei Fragen gemessen werden. Die Skala reicht dabei von 1 (sehr geringe Kundenzufriedenheit) bis 10 (sehr hohe Kundenzufriedenheit). Unser Ziel ist es, den CSI-Wert von 7,18 aus dem Jahr 2017 zu stabilisieren und langfristig jedes Jahr zu verbessern. Den CSI-Wert haben wir wie geplant stabilisiert und seit Dezember 2017 auf 7,49 erhöht.

Im Sinne einer hohen Kundenzufriedenheit bearbeitet die Telefónica Deutschland Group eingehende Anfragen so schnell wie möglich und entsprechend festgelegten Arbeitsanweisungen. Dazu nutzen wir einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP)

zur Optimierung unserer Abläufe, um damit auch das Kundenerlebnis zu verbessern. Bei telefonisch eingehenden Gesprächen verwenden wir u. a. auch eine automatisierte Sprachanalyse, um die Anrufgründe und Kundenwünsche schneller zu evaluieren und systematisch zu erfassen. Auch aus dem Kundengespräch können die Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge und Kundenwünsche mitnehmen und an die Telefónica Deutschland Group weiterleiten. Über diese Sprachanalyse sowie das Feedback der operativen Einheiten werden auffällige Schwankungen bei Kontakten oder geäußerte Kundenprobleme gemeldet, aus denen wir wiederum konkrete Verbesserungsmaßnahmen ableiten. Im Rahmen des KVP werden diese analysiert und wo möglich zeitnah umgesetzt. Die auffälligen Themen werden jeweils einem Verantwortlichen zugeordnet und im Rahmen einer wöchentlichen Dokumentation nachgehalten.

Die Vision der Telefónica Deutschland Group ist es, bis 2022 zum „Mobile Customer & Digital Champion“ zu werden. Dazu haben wir uns im Bereich Kundenzufriedenheit ambitionierte Ziele gesteckt: Wir wollen einen Kundenservice mit hoher Kundenzufriedenheit bieten, der mit dem Wettbewerb mindestens auf Augenhöhe ist. Den Status der Zielerreichung bewerten wir über interne Kennzahlen und externe Bewertungen wie z. B. über den Hotline-Test der Fachzeitschrift „connect“.

Darüber hinaus verbessern und erweitern wir unsere digitalen Angebote und wollen dem Kunden einen unkomplizierten Service rund um die Uhr und ortsunabhängig ermöglichen. Unser Ziel ist es, dass 70% aller Kundenprozesse bis Ende 2021 im Self-Care-Bereich verfügbar sind.

MASSNAHMEN

Der Kunde im Mittelpunkt

Im Fokus unserer Maßnahmenplanung steht die Verbesserung des Kundenerlebnisses. Deshalb optimieren wir neben der Qualität unseres Kundenservices auch die Kontaktmöglichkeiten durch das Vorantreiben digitaler Lösungen anhand unseres digitalen Maßnahmenplans.

Der Maßnahmenplan beinhaltet u. a. den kontinuierlichen Ausbau und die Weiterentwicklung digitaler Angebote im Self-Care-Bereich wie beispielsweise durch unsere digitalen Assistenten Lisa (Chatbot zur Bearbeitung von Kundenanfragen) und AURA (künstliche Intelligenz zur Optimierung von Geschäftsprozessen). AURA ist 2018 in eine Pilotphase gestartet, für 2019 ist eine unternehmensweite Einführung geplant. Ergänzend haben wir unsere O₂ DSL Hilfe App ausgebaut und weiterentwickelt. Mit dieser App können unsere Kunden Störungen ihres DSL-Anschlusses selbstständig lösen. Im Rahmen unseres digitalen Maßnahmenplans analysieren wir kontinuierlich die Möglichkeiten zur Nutzung neuer innovativer Kanäle.

Um im Sinne unserer Kunden einfacher, schneller und besser zu werden, haben wir im April 2018 unser Transformationsprogramm Digital4Growth (D4G) gestartet. Im Mittelpunkt von D4G steht der Kunde mit seinen Bedürfnissen und Erfahrungen. Um eine möglichst direkte Verbindung zum Kunden herzustellen, wird die Methode des sogenannten Customer Journey Mappings genutzt. Entlang von elf definierten Kundenprozessen betrachten wir detailliert die verschiedenen Kundenlebenszyklen – also die einzelnen Schritte, die eine Person als Kunde durchläuft: vom Interessenten über den Käufer bis hin zum aktiven Nutzer. Die Telefónica Deutschland Group kann so gezielt Verbesserungsmaßnahmen für die Kunden initiieren. In diesem Kontext haben wir auch an der Vereinheitlichung und Vereinfachung der Kommunikation über den gesamten Lebenszyklus in der Kundenbeziehung

KUNDENZUFRIEDENHEIT	EINHEIT	2018	2017
Kundenzufriedenheitsindex (CSI)	Index	7,49	7,18
Postpaid-Kundenabwanderungsrate (Churn für Postpaid-Anschlüsse) exkl. M2M	%	1,65	1,61



gearbeitet. Darüber hinaus wird die Bindung unter unseren Mitarbeitern gestärkt, da in diesem Transformationsprogramm Mitarbeiter aus allen Bereichen zusammenkommen und gemeinsam Lösungen entwickeln.

FORTSCHRITTE IM BERICHTSJAHR

Netzausbau consequent vorangetrieben

Die Erreichbarkeit unserer Hotlines haben wir im vergangenen Jahr erheblich verbessert, was u. a. eine Verkürzung der Wartezeiten nach sich zieht. Auftretende Engpässe hat die Telefónica Deutschland Group u. a. durch die Optimierung der Steuerung bewältigt. Darüber hinaus haben wir neue Self-Services und innovative Tarife eingeführt. Ein Beispiel dafür ist der Connect-Tarif. Dieser ermöglicht es unseren Kunden, ihr Datenvolumen ohne monatliche Zusatzkosten mit nur einem Tarif auf bis zu zehn mobilen Geräten ihrer Wahl zu nutzen.

Für ein verbessertes Netzerlebnis unserer Kunden errichten wir sowohl in urbanen als auch in ländlichen Gebieten zahlreiche neue LTE-Stationen und erhöhen vorhandene Kapazitäten. Durch diesen umfangreichen Netzausbau können noch mehr Kunden an immer mehr Orten mit Highspeed im Internet surfen, Videos streamen und ihre Bilder in Sekundenschnelle mit anderen Personen teilen. Im Berichtsjahr 2018 hat die Telefónica Deutschland Group mehr als 6700 bestehende Standorte mit zusätzlichen LTE-Kapazitäten aufgerüstet. Damit verdichten wir das LTE-Netz wie geplant nicht nur in Städten, sondern treiben auch den LTE-Ausbau in der Fläche weiter voran.

Wichtige Weichen für unsere Kunden gestellt

Im Rahmen des Zusammenschlusses von E-Plus und der Telefónica Deutschland Group lag unser Fokus 2018 auf dem Abschluss der Netzintegration, dem Netzbau sowie dem LTE-Netz-Ausbau. Eine hohe Priorität war dabei, Netzeinschränkungen so gering wie möglich zu halten. Es ist unser Ziel, mit dem neuen Mobilfunknetz der Telefónica Deutschland Group die besten Standorte zu nutzen und die Versorgungsqualität zu verbessern. Wir streben eine optimale Netzinfrastruktur an, die consequent am Kundennutzen ausgerichtet ist. Mit den Netzmaßnahmen wollen wir unseren Kunden ein voll integriertes High-Speed-Netz für mobiles Telefonieren und Surfen bieten.

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

Bei unseren Netzwerkelementen wollen wir den Grad der Automatisierung in der Überwachung und Entstörung zukünftig weiter erhöhen. Für die Analyse

und Qualitätsmessung des Netzes verwenden wir ein neues Mess-Tool. Dieses ermöglicht es uns, die Datennutzung unserer Kunden technisch und qualitativ besser nachzuvollziehen – und das in Echtzeit und flächendeckend. So können wir beispielsweise Serviceeinschränkungen oder den Mehrbedarf an Kapazitäten an einem Mobilfunkstandort früher erkennen und entsprechend darauf reagieren.

Bei der Glasfaserstrategie setzt die Telefónica Deutschland Group auf erfolgreiche Partnerschaften, um sich möglichst breit aufzustellen und die Glasfaseranbindungen der Mobilfunkstandorte beschleunigt voranzutreiben. Dabei arbeiten wir sowohl mit mehreren alternativen Telekommunikationsdienstleistern als auch mit anderen Netzbetreibern zusammen. Während wir mit der Deutschen Telekom die Vereinbarung getroffen haben, langfristig insgesamt mindestens 5.000 Mobilfunkstandorte der Telefónica Deutschland Group an die leistungsfähige Glasfaserinfrastruktur der Telekom anzubinden, werden die beiden Infrastrukturpartner NGN FIBER NETWORK KG und GasLINE jeweils 1.500 Standorte mit Glasfaser versorgen. Darüber hinaus treibt die Telefónica Deutschland Group mit Vodafone die gegenseitige Nutzung glasfaserbasierter Anbindungen an gemeinsamen oder benachbarten Mobilfunkstandorten voran.

Das neue Telefónica Netz ist in immer mehr Städten und Regionen verfügbar. Damit schaffen wir eine optimale Grundlage für den weiteren Netzausbau und umfangreiche Optimierungsarbeiten im kommenden Jahr, wodurch sich die Netzqualität weiter verbessern wird. Auch 2019 will die Telefónica Deutschland Group den LTE-Ausbau massiv vorantreiben, damit immer mehr Kunden an immer mehr Orten mit Highspeed im Internet surfen können.



Mitarbeiter im Zentrum der digitalen Transformation

Commitment

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

GRUNDVERSTÄNDNIS

Hohe Arbeitgeberattraktivität als Ziel

Der Erfolg der Telefónica Deutschland Group basiert ganz wesentlich auf dem Engagement und der fachlichen Qualifikation der eigenen Mitarbeiter. Nur mit ihnen können die digitale Transformation des Unternehmens und damit nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg gelingen.

Die Digitalisierung stellt uns, genauso wie alle anderen Unternehmen, vor neue Herausforderungen. Sie bietet uns als Telefónica Deutschland Group aber auch enorme Chancen, die wir nutzen wollen. Dafür müssen wir schnell auf Veränderungen reagieren, anpassungsfähig und gleichzeitig leistungsstark sein. Unsere Aufgabe ist es, die eigene Organisation für diese Transformation zu befähigen und unsere Mitarbeiter zu Akteuren dieses Wandels zu machen, denn die digitale Transformation ist keine rein technische Herausforderung, sondern vor allem eine Herausforderung für unsere Strukturen, Prozesse und Arbeitsweisen.

2017 haben wir die organisatorische Integration abgeschlossen, sodass wir nun mit voller Kraft in die Transformation starten können. Erste Grundlagen dafür haben wir bereits 2018 geschaffen, indem wir im Rahmen unserer Personalstrategie den Fokus auf die Themen Lernen, Zusammenarbeit und neue Arbeitsweisen, Partizipation und Führungskräfteentwicklung gelegt haben. Wie wir alle künftig arbeiten – insbesondere zusammen – und unsere Kompetenzen weiterentwickeln, ist maßgeblich für den Erfolg unseres Unternehmens und jedes Einzelnen in der digitalen

Welt. Übergeordnetes Ziel der Telefónica Deutschland Group ist es, sich vor dem Hintergrund dieser Transformation intern ebenso wie extern als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

PROZESSE & STEUERUNG

Systematische Prozesse zur Zielerreichung

Um das Engagement unserer Mitarbeiter und das allgemeine Arbeitsklima zu bewerten, führen wir jährlich online, anonym und auf freiwilliger Basis eine Umfrage unter allen Mitarbeitern der Telefónica Deutschland Group zur Mitarbeiterzufriedenheit durch. Alle Mitarbeiter werden um ihr offenes und ehrliches Feedback gebeten, damit sich die Organisation und individuelle Bereiche stetig weiterentwickeln und verbessern können. Als Ziele haben wir uns gesetzt, in den regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen gute bis sehr gute Ergebnisse zu erreichen sowie deren Rücklaufquote auf 70% zu erhöhen. Dafür wird die Mitarbeiterumfrage auf verschiedenen Kommunikationskanälen durch den Vorstand angekündigt. Die Ergebnisse, die wir daraus gewinnen, werden auf allen Führungsebenen in Workshops kommuniziert und intensiv diskutiert. Dabei kommt es uns auf die kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen an, denn die Führungskräfte aller Geschäftsbereiche sind für die Planung von Maßnahmen, die sich daraus ableiten, verantwortlich. Im Jahr 2018 konnte die Mitarbeiterzufriedenheit (Ergebnis Employee Engagement Index) von 2017 um 7 Prozentpunkte auf 74% gesteigert werden. Die Rücklaufquote der Mitarbeiterumfrage betrug 71% und hat sich im Vergleich zum letzten Jahr um drei Prozentpunkte erhöht.



Die Arbeitgeberattraktivität der Telefónica Deutschland Group messen wir letztendlich anhand der externen Bewerberzahl. Auf jede ausgeschriebene Stelle in unserem Unternehmen haben sich im vergangenen Jahr 7,7 Personen beworben (2017: 11,9 Personen). Der Rückgang ist primär auf die Reduzierung der Employer Branding Maßnahmen zum Vorjahr zurückzuführen.

Die übergeordnete Verantwortung für den Personalbereich trägt der Chief Human Resources Officer (CHRO). Darüber hinaus vertreten mehrere Betriebsratsgremien die Interessen unserer Mitarbeiter.

MASSNAHMEN

Schwerpunkte in der Personalarbeit

Um die Grundlagen für die erfolgreiche digitale Transformation der Telefónica Deutschland Group zu schaffen, haben wir uns in 2018 im Rahmen der Personalstrategie auf vier wichtige Themen fokussiert.

Kontinuierliches und selbstgesteuertes Lernen

Lebenslanges Lernen ist unabdingbar. Wir benötigen immer wieder neue Kompetenzen, um den digitalen Wandel selbst zu gestalten, dem Wettbewerb einen Schritt voraus zu sein und auf dem Arbeitsmarkt individuell attraktiv zu bleiben. Die Telefónica Deutschland Group fördert kontinuierliches und selbstbestimmtes

Lernen in analoger und digitaler Form. So können die Mitarbeiter Lernen in ihren Arbeitsalltag und in ihr Selbstverständnis integrieren und sich situationsgerecht und stetig weiterentwickeln. Dabei soll uns das Erlernte auch helfen, effizienter zu arbeiten.

Neben digitalen Lern-Tools hat die Telefónica Deutschland Group eine Feedbackarchitektur mit Initiativen auf den Ebenen Individuum, Team und Organisation als wichtigen Bestandteil des Lernprozesses eingeführt.

Partizipation

Die Telefónica Deutschland Group fördert ein Umfeld, in dem engagierte Mitarbeiter bestmöglich arbeiten, sich schnell an Veränderungen anpassen und sich durch ihre aktive Beteiligung einbringen können. Dafür fördern wir den Dialog und den Austausch untereinander mit dem Ziel, relevante Stakeholder frühzeitig einzubinden und die Motivation zu stärken, gemeinsam die Zukunft zu gestalten.

Regelmäßige Formate unterstützen die transparente Kommunikation und den kontinuierlichen Austausch zwischen Vorstand und Mitarbeitern – dazu zählt beispielsweise „Vorstand im Dialog“. Auch Großgruppen-Workshopformate mit 300 Mitarbeitern sowie regelmäßige Austauschformate mit Führungskräften wurden 2018 initiiert und stärken die Einbindung unserer Mitarbeiter in die Transformation.

Der Betriebsrat wird ebenfalls eng in alle Maßnahmen eingebunden. Wir leben eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit starker Mitbestimmung und haben dafür u. a. zu einer Kick-off-Veranstaltung zum Thema „Gemeinsame Gestaltung der Digitalen Transformation“ eingeladen. Daran haben etwa 150 Betriebsräte von allen Standorten teilgenommen. Darüber hinaus findet ein regelmäßiger informeller Austausch mit den Gremien statt.

Neue Arbeitsweisen

Wir wollen über Team- und Bereichsgrenzen hinweg die besten Lösungen für unsere Kunden schaffen. Um unsere Organisation dabei leistungs- und anpassungsfähig zu machen, fördern wir neue Arbeitsweisen, die es uns erlauben, schnell auf Veränderungen zu reagieren.

Einer der Schwerpunkte liegt auf unternehmensweiten Trainings zu agilen Methoden und agilem Mindset durch interne Coaches und Trainer. Mit Digital4Growth (D4G) verfügen wir über ein unternehmensweites Programm zur digitalen Transformation als Keimzelle für smarte und agile Denk- und Arbeitsweisen bei der Telefónica Deutschland Group. Immer mehr Mitarbeiter arbeiten nach agilen Methoden, mit D4G unterstützen wir diese Entwicklung. Mitarbeiter können via Jobrotation Teil des D4G-Teams werden und nach einem Zeitraum von bis zu sechs Monaten auf ihre alte Stelle zurückkehren. Davon profitieren sowohl sie selber als auch die gesamte Organisation.

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT IN PROZENT	2018	2017	2016
Mitarbeiterzufriedenheit:	74	67	61
Ergebnis Employee Engagement Index			
Rücklaufquote bei der Mitarbeiterumfrage	71	68	65



Führungskräfteentwicklung

Für das Senior Management haben wir 2018 ein Programm aufgesetzt, das die Führungskräfte auf ihre Rolle als Treiber für Transformation, Veränderung und Leistungsfähigkeit vorbereiten soll. In mehreren Veranstaltungen im Rahmen des Programmes haben wir Impulse für das Wachstum der Führungskräfte selbst, die Zusammenarbeit innerhalb des Senior Managements sowie die Weiterentwicklung ihrer Teams gesetzt. Durch dieses maßgeschneiderte Programm werden die Führungskräfte auch auf eine emotionale Art und Weise zu Wachstum und Weiterentwicklung motiviert. Darüber hinaus umfasst unsere Führungskräfteförderung sowohl standardisierte Trainings als auch individuelle Fachtrainings, Persönlichkeitsentwicklung und Coaching-Programme. Ein zentraler Bestandteil unserer Führungskräfteentwicklung ist die Telefónica-eigene Akademie „Universitas“ in Barcelona mit Programmen zur Unternehmensstrategie und -kultur sowie zu Führung und persönlicher Entwicklung.

Die Telefónica Deutschland Group legt einen weiteren Schwerpunkt darauf, die besten Mitarbeiter zu gewinnen und Leistungsträger in unserem Unternehmen zu halten. Dies wollen wir vor allem durch ein faires, respektvolles und vertrauensvolles Miteinander, ein hohes Engagement aller Beteiligten sowie ein gutes Arbeitsklima erreichen. Ein wichtiger Baustein unserer Personalpolitik ist daher auch die Förderung der Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter. Wir unterstützen sie in der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben – etwa durch räumlich und zeitlich flexible Arbeitszeitmodelle, die wir kontinuierlich weiterentwickeln. Darüber hinaus bietet die Telefónica Deutschland Group ihren Mitarbeitern Zusatzleistungen wie Zuschüsse zur Altersvorsorge, Vergünstigungen im öffentlichen

Nahverkehr, Versicherungsverträge, Essenszuschüsse oder auch Mitarbeiterguthaben. Für die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG wurde zudem ein neues, einheitliches Vergütungssystem eingeführt.

FORTSCHRITTE IM BERICHTSJAHR

Personalstrategie neu ausgerichtet

Die Telefónica Deutschland Group hat im Berichtsjahr die Personalstrategie neu ausgerichtet, Initiativen zu den Schwerpunkten gestartet und die notwendigen Umsetzungsprozesse in Gang gesetzt. Die Programme und Initiativen wurden zudem auf immer mehr Fachbereiche und Führungsebenen ausgeweitet. Damit haben wir einen wichtigen Grundstein gelegt. In den kommenden Jahren wollen wir weiter auf diesen Themen aufbauen.



Compliance als Grundlage für verantwortungsvolles Handeln





GRUNDVERSTÄNDNIS

Telefónica Deutschland lehnt jede Form von Korruption ab

Das Compliance-Management hat eine hohe Bedeutung für die Telefónica Deutschland Group. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Thema Antikorruption – denn Korruptionsvorfälle können zu hohen finanziellen Schäden und erheblichen Reputationsschäden führen. Die Telefónica Deutschland Group lehnt grundsätzlich jede Form von Korruption ab und bekräftigt dies mit dem Zero-Tolerance-Commitment. Es ist unser Ziel, unser Compliance-Management-System bis 2020 extern zertifizieren zu lassen.

PROZESSE & STEUERUNG

Unternehmensweit wirksames Compliance-Management

Es ist uns wichtig, das Vertrauen unserer Kunden zu wahren und auszubauen. Finanzielle Nachteile oder Reputationsschäden für unser Unternehmen durch Compliance-Verstöße sind unbedingt zu vermeiden. Wir haben deshalb ein integriertes Compliance-Management-System etabliert, das die Einhaltung unserer Vorgaben sicherstellt. Die Gesamtverantwortung dafür liegt beim Director Integrity Services, der an den Chief Officer Legal and Corporate Affairs berichtet. Vorstand und Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Group werden regelmäßig über die Compliance-Aktivitäten informiert, vor allem hinsichtlich der Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems (CMS).

Wir tolerieren keinerlei Korruption sowie keinerlei Form von Bestechung bzw. Bestechlichkeit. Verdachtsfälle werden konsequent verfolgt und – wenn nötig – sanktioniert. Zu den Schwerpunkten unseres Compliance-Management-Systems zählt die Bekämpfung von Korruption ebenso wie die Vermeidung von unlauterem

Wettbewerb und Interessenkonflikten. Das System soll unternehmensweit helfen, dass Korruptionsfälle erkannt und durch geeignete Maßnahmen so weit wie möglich verhindert werden.

MASSNAHMEN

Alle wichtigen Stakeholder beteiligen

Um die Compliance-Maßnahmen umsetzen zu können, ist eine enge Einbindung unserer Mitarbeiter unerlässlich. Dies erreichen wir durch Aufklärungskommunikation sowie Umfragen und Trainings. Auch für unsere Geschäftspartner bzw. Lieferanten gelten verbindliche Vorgaben wie etwa der Supplier Code of Conduct oder die Antikorruptionserklärung.

Um unsere Mitarbeiter für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren, führen wir regelmäßig Compliance-Trainings auf Onlinebasis durch. Diese sind für alle Mitarbeiter verpflichtend. Unser Schulungskonzept überprüfen wir kontinuierlich und passen es an jeweils aktuelle Entwicklungen und den Bedarf an. Unsere Führungskräfte der obersten Leitungsebene verpflichten sich zudem jährlich auf die Einhaltung der Geschäftsgrundsätze und der Antikorruptionsrichtlinie. Darüber hinaus findet eine regelmäßige Kommunikation zu korruptionsrelevanten Themen statt, z. B. über Mailings oder das Intranet.

Wir nehmen anlassbezogene und prozessbegleitende Prüfungen und Beratungen hinsichtlich möglicher Compliance-Risiken vor. Die Abteilung Internal Audit sowie externe Prüfer kontrollieren regelmäßig das Compliance-Management-System sowie unsere

Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption. Auch unsere Mitarbeiter werden zur Qualität und Effektivität des Compliance-Management-Systems befragt.

Unsere Lieferanten verpflichten wir dazu, eine Antikorruptionserklärung zu unterzeichnen. Auf Basis eines Compliance-Risk-Assessments haben wir zudem die bestehenden Richtlinien und Prozesse in Bezug auf die Lieferkette überprüft und gemeinsam mit der Telefónica Service Gesellschaft (TGS) Maßnahmen abgeleitet, um die Risiken weiter zu minimieren.

Zu den wichtigsten Compliance-Themen im täglichen Handeln haben wir ergänzend klare Richtlinien und Vorgaben definiert. Neben den Geschäftsgrundsätzen zählen dazu auch die Richtlinie zu Korruptionsprävention und Kartellrecht sowie Richtlinien zum Umgang mit Einladungen, Geschenken, Interessenkonflikten und Incentives. Ebenso werden Regelungen behandelt, die die Beschaffung von Dienstleistungen betreffen, so etwa die Verfahrensanleitung zum Umgang mit Dienstleistern.

FORTSCHRITTE IM BERICHTSJAHR

Wichtige Schritte erfolgt

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, dass unser Compliance-Management-System extern zertifiziert wird. Im Berichtsjahr haben wir die erste Stufe abgeschlossen.

2018 ist ein wesentlicher Verstoß gegen die Geschäftsgrundsätze eingetreten. Es wurden adäquate Reaktionsmaßnahmen ergriffen. Verdachtsfälle werden konsequent verfolgt und ggf. sanktioniert.

ANTIKORRUPTION IN ANZAHL	2018	2017	2016
Gesamtzahl an Korruptionsfällen ¹⁾	0	0	0

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



Nachhaltige Innovationen und Produkte für unsere Kunden

Commitment

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

GRUNDVERSTÄNDNIS

Menschen profitieren von digitalen Innovationen

Mit unseren digitalen Produkten und Dienstleistungen wollen wir das Leben der Menschen einfacher, sicherer, gesünder und umweltfreundlicher machen. Ein Schlüssel dafür sind nachhaltige Innovationen. Hierbei setzen wir auf die Analyse großer Datenmengen, auf die Vernetzung von Geräten sowie auf innovative Produkte für den Endkunden mit dem Fokus, die digitalen Anforderungen im Alltag zu meistern. Wir vereinen mit unseren Produkten den Dreiklang „Vernetzen. Analysieren. Optimieren.“, indem Maschinen mit dem Internet verbunden, Daten analysiert und Geschäftsprozesse optimiert werden können.

Die Telefónica Deutschland Group treibt gezielt Innovation in den Bereichen Datenanalyse und Internet of Things (IoT) voran. Wir erschließen die großen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Potenziale von IoT und von intelligenter Datenanalyse (ADA: Advanced Data Analytics). Wir entwickeln neue Geschäftsmodelle in diesen Bereichen und nutzen dabei sowohl agile Methoden als auch die Stärken der Telefónica Deutschland Group. Wir werden das Wachstumsfeld Internet of Things für alle Marktsegmente erschließen, die wir bereits mit unserem Kerngeschäft adressieren. Wir beabsichtigen, eine führende Rolle im Bereich Consumer IoT einzunehmen.

Als Bindeglied zwischen unserem Unternehmen und Start-ups fungiert der Telefónica Open Innovation Hub Wayra mit Fokus auf die Bereiche Internet of Things, Advanced Data Analytics und künstliche Intelligenz. Durch diese Zusammenarbeit mit der Start-up-Szene entstehen innovative Lösungen für unsere verschiedenen Geschäftsbereiche. Bei Wayra liegt der Fokus auf Innovationen, die dem Kerngeschäft der Telefónica Deutschland Group direkt zuträglich sind. Start-ups im Wayra-Programm haben die Chance, ihre Lösungen und Produkte unter den Bedingungen eines Großkonzerns auszuprobieren. So ergibt sich für sie eine immense Skalierungsmöglichkeit.

PROZESSE & STEUERUNG

Klare Ziele unter Einhaltung des Datenschutzes

Wir haben uns im Bereich nachhaltige Innovationen und Produkte wichtige strategische Ziele gesetzt. So wollen wir bis 2020 Technologien zur vereinfachten Vernetzung von Menschen, Geräten und Maschinen in der privaten und industriellen Welt vorantreiben. Im Geschäftsfeld Consumer IoT streben wir an, eine marktführende Position zu erreichen.



Bei unserem Vorgehen hat die Einhaltung der strengen Datenschutzanforderungen bei allen unseren Produkten und Technologien höchste Priorität. Beispielhaft steht dafür unser vom TÜV Saarland zertifiziertes Anonymisierungsverfahren. Dieses schließt aus, dass Daten aus digitalen Quellen wie Mobilfunk oder WLAN einer bestimmten Person zugeordnet werden können. Aufgrund der Anonymisierung ist aus rechtlicher Sicht keine Zustimmung des Kunden erforderlich. Dennoch ermöglicht die Telefónica Deutschland Group ihren Kunden über ein einfaches Webformular, der Nutzung ihrer Daten für das Anonymisierungsverfahren jederzeit zu widersprechen. Jeder Kunde hat so die Möglichkeit, seine persönlichen Präferenzen gegen den Nutzen abzuwägen, den seine Daten für die Wirtschaft und Gesellschaft schaffen.

MASSNAHMEN

Ausbau innovativer Geschäftsfelder

Unser Anspruch ist es, unsere Kunden bei der Realisierung von neuen digitalen Produkten und Geschäftsmodellen zu unterstützen. Wir bieten sowohl im B2C- als auch im B2B- und B2P-Bereich innovative Tarife an, die das Leben der Kunden einfacher und besser machen sollen. Bei O₂ Unlimited Tarifen profitieren Kunden z. B. von einer großen digitalen Freiheit: Durch Tarife mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis – sowie einer echten Datenflatrate – können sich O₂ Kunden frei bewegen ohne die Sorge, dass das Datenvolumen plötzlich aufgebraucht ist. Im Bereich B2P verfügen wir über ein starkes Tarifportfolio für unsere Partner und deren Endkunden. Unsere B2B-Kunden profitieren von einer konvergenten Konnektivität, M2M sowie unseren digitalen Geschäftsmodellen.

2018 konzentrierte sich die Telefónica Deutschland Group auf den Ausbau des Geschäftsfelds Consumer IoT. Schwerpunkt war die Entwicklung einer Plattform für die Verbindung von einfachen Geräten und Services, die sich für den Massenmarkt eignen. Über diese IoT-Plattform verbinden wir Hardware-Hersteller aus dem Bereich Consumer IoT mit Anbietern von Apps und Services. Es können so neue datenbasierte Anwendungen und Services für Konsumenten geschaffen werden, die den Partnern neue Zielgruppen und Geschäftsmodelle eröffnen.

Mit dem Geschäftsfeld „Advanced Data Analytics“ wollen wir das Potenzial der Datenanalyse für alle Lebensbereiche erschließen – von der Mobilität bis zum privaten Konsum. So versuchen wir, Antworten auf wichtige Zukunftsfragen zu entwickeln. Durch die gezielte Analyse von anonymisierten und aggregierten Mobilfunkdaten wollen wir beispielsweise einen umweltfreundlicheren Stadtverkehr ermöglichen, indem wir durch die Analyseergebnisse die Verkehrsnachfrage besser vorhersagen können und die Verkehrsplanung unterstützen. Dem Handel und Tourismus liefern wir bedürfnisorientierte Analysen auf Basis anonymisierter Mobilfunkdaten. Daraus lässt sich ein besseres Verständnis des Besucherverhaltens ableiten.

Es ist uns ein zentrales Anliegen, unsere Stakeholder in unsere vielfältigen Aktivitäten einzubinden. So pflegt die Telefónica Deutschland Group unterschiedliche Kooperationspartnerschaften auf Projektebene, etwa mit der auf Nachhaltigkeitslösungen spezialisierten South Pole sowie der Teralytics AG. Gemeinsam mit diesen Projektpartnern und der Stadt Nürnberg hat die Telefónica Deutschland Group anonymisierte Mobilfunkdaten zur Berechnung von Verkehrsströmen genutzt und Potenziale zur Senkung von Emissionen aufgezeigt. 2018 ist daraus ein vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) gefördertes Projekt zur Emissions- und Verkehrsmessung für außergewöhnliche Ereignisse („IncidentAnalyse“) entstanden.

Darüber hinaus ist die Telefónica Deutschland Group Konsortialpartner der BMVI-geförderten Forschungsprojekte ProTrain sowie xMND (Extended Mobile Network Data) für die Initiative mFund. Das Projekt ProTrain hat das Ziel, die Kapazitäten im ÖPNV in Berlin-Brandenburg auf Basis von anonymisierten Mobilfunkdaten zu optimieren. Die Intraplan Consult GmbH nutzt von uns zur Verfügung gestellte Daten als genauere Datenbasis für die Verkehrsplanung in München.

Eine weitere Kooperation besteht mit dem Wayra-Start-up accu:rate. Dieses hat eine Software zur Personenstromsimulation entwickelt und arbeitet mit Partnern wie dem Münchener Oktoberfest zusammen, um beispielsweise Evakuierungen bei Notfällen besser planen zu können.

FORTSCHRITTE IM BERICHTSJAHR

Lösungen für verantwortungsvolle Datennutzung

2018 haben wir in vielen Bereichen wichtige Fortschritte erzielt und Innovationen entwickelt. Dazu zählt beispielsweise das O₂ Free Portfolio im Bereich B2C, das wir mit großen Datenpaketen aktualisiert haben. Außerdem hat die Telefónica Deutschland Group die Connect-Option eingeführt. Diese bietet die Möglichkeit, das Datenvolumen auf verschiedene Geräte zu verteilen.



Mit AURA, einer fortschrittlichen künstlichen Intelligenz, haben wir für unsere Kunden darüber hinaus einen innovativen Service auf den Markt gebracht. O₂ Kunden können per Facebook Messenger ihre Datennutzung abfragen – und AURA liefert umgehend die Antwort. Die Kunden können so auch ihren Prepaid-Kontostand einsehen, ihr Guthaben aufladen oder eine Liste ihrer Vertragsoptionen erhalten. Diese selbstlernende künstliche Intelligenz wurde über viele Monate von Software-Ingenieuren aus der gesamten Telefónica Gruppe entwickelt. Sie geht auf die Daten und Historie eines Kunden ein und lernt seine Präferenzen kennen. AURA ist in Deutschland zunächst im Facebook Messenger im Einsatz, weitere Funktionen und Implementierungen werden folgen.

Darüber hinaus weitete die Telefónica Deutschland Group die Möglichkeiten der Datenanalyse auf den Tourismussektor aus. Das Pilotprojekt mit der Region Chiemsee-Alpenland zur Untersuchung der Besucherstruktur ist erfolgreich gestartet.

Auch Wayra, der Start-up-Accelerator der Telefónica Deutschland Group, hat 2018 wichtige Fortschritte erzielt, allen voran mit dem globalen Relaunch. Damit überträgt Wayra das in Deutschland erprobte Erfolgsmodell auf die anderen neun Länder, in denen es aktiv ist. Darüber hinaus wurden zehn neue Start-ups u. a. aus den Bereichen IoT, Transport Analytics, Online-training, künstliche Intelligenz (KI) und Process Mining gefördert. Außerdem wurde das neue branchenübergreifende Start-up-Programm eingeführt – gemeinsam mit anderen Industriepartnern wie Volkswagen und Osram. Insgesamt hat Wayra im Berichtsjahr zehn Start-ups gefördert, die alle erfolgreich Projekte mit der Telefónica Deutschland Group umgesetzt haben. Die daraus generierten positiven finanziellen Effekte durch gesteigerte Umsätze oder Einsparungen im operativen Geschäftsbetrieb beliefen sich bei der Telefónica Deutschland Group auf ungefähr 1 Mio. EUR.

Unsere Fortschritte im Jahr 2018 wurden extern gewürdigt: Für auf Kundenbedürfnisse zugeschnittene Datenanalysen (Specialized Insights Services) wurde die Telefónica S.A., Group durch das Marktforschungsunternehmen Forrester Research ausgezeichnet. Dies ergab die Auswertung „The Forrester Wave™: Specialized Insights Service Providers, Q3 2018“¹⁾.

¹⁾ Belissent, Jennifer/Cullen, Elizabeth (2018): The Forrester Wave™: Specialized Insights Service Providers, The Nine Providers That Matter Most And How They Stack Up, in: The Forrester, Q3 2018 – September 19, 2018.



Vertrauen in Datenschutz und Informationssicherheit weiter stärken

Commitment

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

GRUNDVERSTÄNDNIS

Datenschutz hat sehr hohen Stellenwert für Telefónica

Millionen Kunden vertrauen jeden Tag dem Mobilfunknetz und den Diensten der Telefónica Deutschland Group. Wir nehmen deshalb den Schutz und die Sicherheit der Kundendaten sehr ernst und möchten, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten. Der Datenschutz erfolgt auf Grundlage der relevanten Gesetze und Verordnungen. In unseren Geschäftsgrundsätzen verpflichten wir uns zudem zur Wahrung der Informationssicherheit und Transparenz. Sensible Daten behandelt die Telefónica Deutschland Group vertraulich und sichert sie gegen mögliche Zugriffe von unberechtigten Dritten ab.

In unseren Prozessen und Produkten schützen wir die Daten unserer Kunden sowie unserer Mitarbeiter, Partner und Investoren. Mit geeigneten Systemen wollen wir eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Group sicherstellen. Zu unseren Prioritäten im Berichtsjahr zählte insbesondere die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Zudem haben wir unser Datenschutz-Management-System (DSMS) und Informationssicherheits-Management-System (ISMS) im Bereich Corporate Security weiter aufgebaut und das bestehende Krisenkommunikationskonzept ergänzt.

PROZESSE & STEUERUNG

Klare Regeln und Prozesse etabliert

Die Telefónica Deutschland Group sichert Datenschutz und Informationssicherheit sowie die Einhaltung relevanter Gesetze und Verordnungen durch strikte interne Regeln und Normen. Dafür haben wir diverse Richtlinien verabschiedet. Zu den maßgeblichen Rahmenwerken gehören der Konzernstandard Datenschutz als Grundlage des Datenschutz-Management-Systems sowie unsere Leitlinien zum Datenschutz. Damit stellen wir unsere Prinzipien im Umgang mit Daten und in der Kommunikation mit unseren Kunden sowie der Öffentlichkeit transparent dar.

Für die gesamte Organisation gelten die internen Vorgaben zur Sicherheit (Security Global Policy) sowie Regeln für Mindestsicherheitsanforderungen (Corporate Rule on Minimum Controls). Diese werden durch eine Vielzahl weiterer Richtlinien, Normen und Verfahrensanweisungen zu verschiedenen Datenschutzaspekten ergänzt. Unsere Datenschutzrichtlinie umfasst klare Vorgaben zum Schutz personenbezogener Daten, die teilweise sogar über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen. Unsere Mitarbeiter erhalten dazu jedes Jahr eine Weiterbildung.

Die Verantwortung für Datenschutz und Informationssicherheit tragen der Datenschutzbeauftragte sowie der Chief Security Officer. Diese berichten direkt an den Chief Officer Legal and Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Group.



Effiziente Strukturen und Prozesse sollen zudem gewährleisten, dass es zu keinen Verstößen im Bereich des Datenschutzes und der Informationssicherheit kommt. Mit unserem unternehmensweiten Datenschutz- und Informationssicherheits-Management-System (DSMS und ISMS) steuern wir die Prozesse zur Sicherung von Standards, unsere Zielvorgaben, Verantwortlichkeiten und Trainings sowie eine regelmäßige Kontrolle der realisierten Maßnahmen. Um sicherzustellen, dass darüber hinaus auch bei unseren Geschäftspartnern die datenschutzrechtlichen Vorgaben umgesetzt werden, führen wir Audits bei Dienstleistern vor Ort durch. Für die Einbindung von Subdienstleistern verfolgt die Telefónica Deutschland Group klare Prozesse und Regelungen und macht entsprechende Vorgaben für Verträge (Auftragsdatenverarbeitung, ADV).

Auch hinsichtlich der Meldung von Datenschutzvorfällen handeln wir nach festen Regeln. Unsere Datenschutzhotline stellt eine erste, gut zu erreichende Anlaufstelle dar. Unsere Lieferanten und ihre Mitarbeiter können sich bei Beschwerden zudem über das Lieferantenportal der Telefónica Deutschland Group an uns wenden. Bei allen Anfragen zum Datenschutz

streben wir eine schnelle und eindeutige Beantwortung an. Klare operative Prozesse regeln dabei die Beantwortung von Kundenanfragen sowie das Aufsetzen von Kundeninformationen.

Vor der Einbindung von Daten in IT-Entwicklungs- und Analyseprozesse nehmen wir standardisierte Prüfungsschritte vor. Über ein dreistufiges Anonymisierungsverfahren sorgt unsere TÜV-zertifizierte Datenanonymisierungsplattform (DAP) zusätzlich dafür, dass bei statistischen Analysen jeglicher Personenbezug bei Daten entfernt wird.

Unsere Ziele im Bereich Datenschutz & Informationssicherheit sind:

- Ausschluss der Einleitung von Verfahren wegen Verletzung datenschutzrechtlicher Bestimmungen
- Minimierung des Verhältnisses von eingeleiteten Verfahren zu tatsächlichen Verstößen
- Transparenz über die Datennutzung
- schnelle Reaktionsfähigkeit bei eintretenden Großstörungen und Gefährdungslagen wie Netzausfällen, Datenmissbrauch, Bombendrohungen o. Ä.
- Lokalisierung von Handlungsfeldern bezüglich der Informationssicherheit

MASSNAHMEN

Umfassend für den Datenschutz sensibilisieren

Selbstbestimmung, Transparenz, der Schutz personenbezogener Daten sowie Innovation sind fest in unseren Leitlinien im Bereich Datenschutz verankert. Darüber informiert auch unsere neu gestaltete Datenschutzwebsite. Hier erklären wir detailliert, welche Arten von Daten die Telefónica Deutschland Group nutzt, wie wir die Daten unserer Kunden schützen und was Kunden für ihren eigenen Schutz tun können. Zudem haben Verbraucher hier die Möglichkeit, von ihren Rechten gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) Gebrauch zu machen. Wer bei der Telefónica Deutschland Group das Auskunftersuchen stellen oder die Datenportabilität starten möchte, kann dies über die Datenschutzwebsite tun.

Zu unseren Prioritäten gehört es, regelmäßig, zielgerichtet und verständlich über die Art unserer Datenverarbeitung aufzuklären. Dazu haben wir insbesondere unsere Datenschutzerklärungen standardisiert sowie entsprechende Informationen auch auf den Websites unserer Konzernmarken verankert. In den Fachbereichen wurden außerdem Datenschutzkoordinatoren zur besseren Steuerung des DSMS benannt.

DATENSCHUTZ UND INFORMATIONSSICHERHEIT IN ANZAHL

	2018	2017	2016
Eingeleitete Verfahren aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes (109a TKG)	0	1	4
Sanktionen in Form von Bußgeldern aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes im laufenden Jahr	0	0	1
Meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Zusammenhang mit der Informations- und Netzsicherheit	36	9	8
Sanktionen in Form von Bußgeldern, die im Zusammenhang mit Sicherheitsverletzungen oder anderen Vorfällen im Rahmen der Netzsicherheit gezahlt wurden	0	0	0



Regelmäßige Schulungen zur Steigerung des Sicherheitsbewusstseins richten sich an verschiedene Zielgruppen. Auf diese Weise sensibilisieren wir entweder einzelne Abteilungen, ausgewählte Sicherheitsansprechpartner oder auch alle Mitarbeiter an unterschiedlichen Standorten. Im vergangenen Jahr haben wir das Training zu Datenschutz und Informationssicherheit aktualisiert und die Mitarbeiter in verpflichtenden Onlinetrainings sowie zusätzlichen Schulungen zu den neuen Regelungen weitergebildet. Ein Beispiel dafür ist die Veranstaltung zur „Internetkriminalität“, die an den Standorten München, Düsseldorf und Hamburg stattfand. Dabei wurde über die Risiken der neuen Medien und Technologien aufgeklärt, für konkrete Gefahren in diesem Umfeld sensibilisiert und aufgezeigt, wie man diesen Bedrohungen wirksam entgegentritt. Außerdem werden alle Mitarbeiter auf das Daten- und Fernmeldegeheimnis verpflichtet.

Im vergangenen Jahr haben wir zudem weitere neue Prozesse und Tools entwickelt. So sind wir heute durch die Erstellung von konkreten Handlungsanweisungen für wesentliche Krisenszenarien (wie etwa Netzausfälle, Datenmissbrauch, Bombendrohungen) auf derartige Situationen vorbereitet. Auch hierzu wurden Schulungen und Simulationsübungen durchgeführt und die gesamte Organisation für die Bewältigung von Krisensituationen sensibilisiert. Gezielte Übungen wie „Datenmissbrauch in der Telefónica Global Group“ oder „Network Cyber Security Exercise“ sowie die Simulation „Bombendrohung an einem Call-Center-Standort“ führen zu einem sichereren Umgang mit Krisensituationen und decken potenziell vorhandene Prozessschwächen auf.

Die Einbindung unserer Stakeholder bei Datenschutz und Informationssicherheit erfolgt über vielfältige Maßnahmen. Zum einen führen wir den Dialog über unser Datenschutzforum, in dem relevante interne Stakeholder vertreten sind. Zum anderen sind wir aber auch mit externen Partnern oder maßgeblichen Behörden wie der Bundesnetzagentur (BNetzA), dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und dem Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) kontinuierlich im Gespräch. Lang andauernde Verfahren vor den Behörden, z. B. zur Verkehrsdatenspeicherung, wurden 2018 abgeschlossen. Über Telefónica, S.A. ist die Telefónica Deutschland Group zudem in globalen Initiativen rund um den Datenschutz vertreten, wie beispielsweise in der Global Network Initiative. Auch darüber hinaus sind wir Mitglied in diversen Branchenverbänden.

FORTSCHRITTE IM BERICHTSJAHR

Transparenz stärkt Vertrauen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine Verfahren wegen Verletzung des Datenschutzes und Verstoßes gegen gesetzliche Vorschriften in diesem Bereich eingeleitet. Aufgrund von Verletzungen des Datenschutzes wurden keine Sanktionen in Form von Bußgeldern verhängt. Es wurden 36 meldepflichtige Sicherheitsverletzungen bzw. Vorfälle im Hinblick auf Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit bezüglich der Netz- und Informationssicherheit identifiziert. Diese sind das Ergebnis eines verbesserten Sicherheitsmanagements (Prozessoptimierungen) und beziehen sich auf Verfügbarkeiten, die im Wesentlichen auf Arbeiten im Rahmen der Netzkonsolidierung zurückzuführen sind. Das im Jahr 2017 gestartete Projekt zur Umstellung der DSGVO wurde 2018 erfolgreich fortgeführt.



Unsere Umwelt- und Energiepolitik setzen den Rahmen

GRUNDVERSTÄNDNIS

Energieeffizienz und CO₂- Reduzierung im Fokus

Die Telefónica Deutschland Group möchte gezielt die Umweltauswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit verringern und das Klima schützen. Die wesentlichen Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit stellen der Energieverbrauch und die damit einhergehenden Treibhausgasemissionen dar. Diese wollen wir über klare Ziele reduzieren. Die Netzwerktechnik, die mit 96% den größten Anteil am Stromverbrauch einnimmt, spielt dabei die wichtigste Rolle.

Wir setzen auf verschiedene Bausteine, um Energie einzusparen und Treibhausgasemissionen zu reduzieren: Wir investieren in energieeffiziente Technik und Gebäude, nutzen erneuerbare Energien, fördern eine schadstoffarme Mobilität und bieten unseren Kunden nachhaltige Produkte und Dienstleistungen an. Darüber hinaus arbeiten wir intensiv daran, in unseren eigenen Prozessen möglichst wenig natürliche Ressourcen zu verwenden und möglichst wenig Abfall zu produzieren.

Durch die Zielerreichung verbessern wir nicht nur unsere Umweltbilanz, sondern auch unsere Geschäftszahlen: Eine gesteigerte Energieeffizienz führt gegenüber 2016 bis 2020 im operativen Geschäftsbetrieb (OPEX) zu Einsparungen von voraussichtlich 15 Mio. EUR.

PROZESSE & STEUERUNG

Managementsysteme im Unternehmen verankert

Die Basis für alle Aktivitäten bilden unsere unternehmensweit verbindliche Umwelt- und Energiepolitik. Diese zielen auf unsere Betriebsabläufe in den Bereichen Netz, Büroflächen und Mobilität, den verantwortungsbewussten Einkauf sowie unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigen Innovationen ab.

Unsere Umweltpolitik ist gemäß ISO 14001 in der Umweltrichtlinie verankert. Sie hat insbesondere die Identifikation und Einhaltung aller relevanten Gesetze, Normen, Standards und sonstiger bindender Verpflichtungen zum Ziel. Unser Umweltmanagementsystem dient dazu, mögliche negative Umweltauswirkungen unserer Aktivitäten und Infrastrukturen zu verhindern und zu minimieren.

KLIMASCHUTZ: ENERGIEVERBRAUCH	EINHEIT	2018	2017	2016
Energieverbrauch gesamt pro Datenvolumen	GWh/PB	0,22	0,25	0,30
Anteil des Gesamtstromverbrauchs aus erneuerbaren Energien	Prozent	82	71	74
Grünstromanteil bei selbst beschaffter und kontrollierter Energie	Prozent	100	100	100



Darüber hinaus haben wir eine eigene Energierichtlinie gemäß ISO 50001 im Unternehmen etabliert. Diese baut auf der Umweltrichtlinie auf und präzisiert die Grundsätze des Umweltmanagements im Bereich Energie.

Die Bürostandorte und eigenen Shops der Telefónica Deutschland Group sind bereits seit 2004 nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001 und der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 zertifiziert. 2018 hat die externe Prüfung erneut bestätigt, dass die Telefónica Deutschland Holding AG die weltweit gültigen Standards für die Managementsysteme einhält.

Um diese Prozesse zu steuern, haben wir intern Energie- und Umweltmanagementsystembeauftragte ernannt sowie je ein Umwelt- und ein Energiekomitee eingerichtet. Umweltbelange und -ziele sowie alle Maßnahmen werden jedes Jahr einem Managementreview unterzogen.

Die Verbesserung der Umweltleistung unseres Unternehmens sowie unserer Produkte und Dienstleistungen wollen wir vor allem durch eine systematische Performancebewertung anhand der definierten Ziele aus dem Responsible Business Plan 2020 gewährleisten. Zu unseren Zielen im Klimaschutz zählt u. a. die Senkung der direkten und indirekten CO₂-Emissionen bis 2020 um 11 % (Basisjahr: 2015).

Als weiteres Ziel haben wir uns gesteckt, den Energieverbrauch pro Datenvolumen (in GWh/PB) bis 2020 um 40% (Basisjahr: 2015 0,41 GWh/PB) zu reduzieren. Der Energieverbrauch pro Datenvolumen betrug im Jahr 2018 0,22 GWh/PB, womit wir unser Ziel mit 46% Minderung bereits erreicht haben. Trotz des Ausbaus unseres Netzes streben wir an, dieses Niveau in Zukunft stabil zu halten.

In Bezug auf unsere Firmenwagen soll die durchschnittliche Flottenemission für die ab 2020 neu zugelassenen Firmenfahrzeuge auf 95 g CO₂/km sinken. Unser Ziel, die durch Geschäftsreisen verursachten CO₂-Emissionen bis 2018 um 10% gegenüber dem Basisjahr 2015 zu senken, konnten wir mit einem Rückgang von 12% voll erreichen.



Energieverbrauch und Emissionen kontinuierlich senken

Commitment

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

MASSNAHMEN

Modernisierung der Netze führt zu verbesserter Energieeffizienz

Die Telefónica Deutschland Group setzt sich für die Förderung einer kohlenstoffarmen Wirtschaft ein. Wir verbessern unsere Energieeffizienz kontinuierlich, indem wir auf energiesparende Komponenten im gesamten Unternehmen umsteigen. Damit tragen wir aktiv zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen bei. Darüber hinaus forcieren wir den effizienten Einsatz natürlicher Ressourcen und wenden Umweltkriterien in unseren Beschaffungsprozessen an, um unseren ökologischen Fußabdruck weiter zu verringern. Ein weiterer Fokus liegt darauf, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die unseren Kunden nachhaltiges Handeln erleichtern.

Im Zuge des Zusammenschlusses der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe haben wir umfangreiche Maßnahmen zur umweltverträglichen

Netzwerk- und Bürostandortkonsolidierung umgesetzt. Im Bereich Netzwerk wurden außerdem zahlreiche Energieeffizienzmaßnahmen vorangetrieben, die wir bis spätestens 2020 umgesetzt haben wollen. Dies betrifft in erster Linie die Modernisierung der 2G- und 3G-Netze, durch die wir bis Ende 2018 (bezogen auf 2016) in Summe eine Einsparung von 5,6 GWh erreichen konnten. Eine finale Bewertung steht noch aus.

Im Rahmen der bis Ende 2018 nahezu vollständig abgeschlossenen Netzkonsolidierung durch Abschaltung und Rückbau von insgesamt rund 14.000 Standorten erreichten wir von 2016 bis 2018 eine Einsparung von 150 GWh. Die Steuerung erfolgt über das Messen der Fortschritte bei der 2G-/3G-Modernisierung, über die wir monatlich berichten.

Weitere Einsparungen von 50 GWh sollen durch die Abschaltung der DSL-Hauptverteiler bis 2020 erfolgen. Bezogen auf 2016 konnte bis Ende 2018 eine Einsparung von 30 GWh verzeichnet werden.

ENERGIEVERBRAUCH IN GWH	2018	2017	2016
Energieverbrauch gesamt	778	791	843
Stromverbrauch gesamt ¹⁾	746	752	803
davon Netzwerk und Rechenzentren	715	722	775
davon Büros, Shops, Call-Center	31	30	28
Kraftstoffverbrauch gesamt ²⁾	32	39	40
Energie aus erneuerbaren Energiequellen	610	536	591

¹⁾ Der Stromverbrauch ergibt sich aus den 2018 tatsächlich abgerechneten und teilweise prognostizierten Verbrauchsmengen je Stromabnahmestelle.

²⁾ Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst die per Direktvertrag zwischen Versorger und Telefónica belieferten Einheiten.



Um die Ziele im Bereich Mobilität zu erreichen, haben wir diverse Maßnahmen umgesetzt. Dazu zählt beispielsweise die Einführung der neuen Reiserichtlinie. Wir bestärken unsere Mitarbeiter, sich ökologisch vorteilhaft zu verhalten und z. B. auf der Strecke von Berlin nach München die Bahn statt das Flugzeug zu nutzen. Daraus resultierend haben sich die Bahnreisen auf dieser Strecke gegenüber dem Vorjahr verzehnfacht. Generell gilt für uns bei allen Reisetätigkeiten: Es erfolgt ein enges Monitoring auf Basis der Datenübermittlung der Reiseagentur sowie unseres Mobilitätsdienstleisters für die Verwaltung unserer Flotte von Firmenwagen.

FORTSCHRITTE IM BERICHTSJAHR

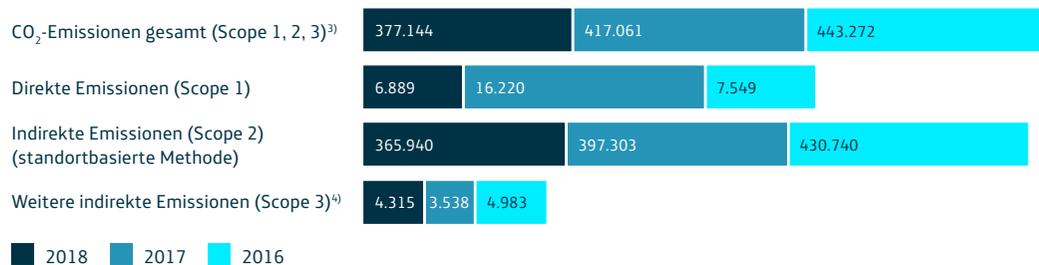
Emissionsreduktion weiter erfolgreich vorangetrieben

Um den Einsatz erneuerbarer Energien zu fördern, beziehen wir bereits dort zu 100% Grünstrom, wo wir die Hoheit über die Strombeschaffung haben. Einsparungen gelingen uns vor allem durch den Netzbau: Die kontinuierliche Zusammenlegung der Netze führt sowohl zu einem verbesserten Netz als auch zu energetischen Einsparungen. Außerdem konnten wir durch den Einsatz neuer und energieeffizienter Technologien den Energieverbrauch pro Datenvolumen im Berichtsjahr um 10% reduzieren.

Zur Erreichung unseres Ziels, der Senkung des durchschnittlichen CO₂-Ausstoßes der ab 2020 zugelassenen Firmenwagen auf 95 g/km, verstärken wir kontinuierlich die Bonus-Malus-Regelungen bei der Auswahl neuer Firmenfahrzeuge, um zusätzliche Anreize zu einem verantwortlichen Verhalten der Mitarbeiter zu geben. Der durchschnittliche CO₂-Ausstoß der Firmenflotte sank 2018 im Vergleich zu 2017 nur um 0,6%¹⁾.

KLIMASCHUTZ: TREIBHAUSGASEMISSIONEN

In Tonnen CO₂-Äquivalent (tCO₂eq²⁾)



²⁾ CO₂eq = CO₂, CH₄ und N₂O.

³⁾ Die Berechnung der CO₂-Emissionen (inklusive Scope 1 und Scope 2) erfolgt nach ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO₂-Emissionen wird ein deutschlandweit einheitlicher Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt. Die Telefónica Deutschland Group nutzt die Strom-Umrechnungsfaktoren des Umweltbundesamts (Entwicklung der spezifischen Kohlendioxid-Emissionen des deutschen Strommix in den Jahren 1990 – 2017) – 489 g CO₂ pro kWh für 2016.

⁴⁾ Andere indirekte Emissionen (Scope 3) durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen).

¹⁾ Die verlangsamte Absenkung des Flottendurchschnitts ist durch eine gestiegene Anzahl an neu zugelassenen Firmenwagen mit OTTO-Motoren, bedingt durch die Unsicherheiten der momentanen Gesetzgebung zu erklären.



Wesentlichkeit nach CSR-RUG

Die Telefónica Deutschland Holding AG hat für das Geschäftsjahr 2018 gemäß dem „Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, CSR-RUG)“ einen gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht erstellt, der in diesen CR-Report integriert wurde. Im Folgenden sind Verortung der wesentlichen Themen im Sinne des CSR-RUG im CR-Report und Vorgehensweise zur Ermittlung dieser Themen dargestellt.

Der nichtfinanzielle Bericht ist von der externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers GmbH nach ISAE 3000 (Revised) mit „limited assurance“ geprüft worden.

Bei der Erstellung des nichtfinanziellen Berichts haben wir uns insbesondere bei der Beschreibung der Konzepte und der Darstellung verschiedener

Leistungsindikatoren (KPIs) an den GRI-Standards orientiert. Verweise auf Angaben außerhalb des zusammengefassten Lageberichts sind weiterführende Informationen und nicht Bestandteil des gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts.

Verortung wesentlicher Themen nach CSR-RUG im Bericht

Die Inhalte des nichtfinanziellen Berichts, der die Informationen der Telefónica Deutschland Group wie auch der Telefónica Deutschland Holding beinhaltet, sind auf Einzelseiten im Report verteilt, die über einen hellblauen Balken am rechten Seitenrand mit dem folgenden Icon  gekennzeichnet werden.

Die nachfolgende Tabelle gibt an, auf welchen Seiten des CR-Reports sich die gesetzlich geforderten Inhalte befinden.

Prozess zur Ermittlung wesentlicher Themen nach CSR-RUG

Zur Erstellung des nichtfinanziellen Berichts haben wir 2018, analog zum Jahr davor, die Nachhaltigkeitsthemen im Hinblick auf die Anforderungen des Gesetzes analysiert und bewertet. Als Basis dieses Prozesses dient unsere Wesentlichkeitsanalyse von 2015, die im Kapitel CR-Strategie näher erläutert wird.

Impactanalyse

Zur Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse wurde im Jahr 2018 die Impactanalyse verifiziert. Auf dieser Basis wurden 15 aus den bisherigen 25 Themen der Materialitätsanalyse identifiziert, auf die die Telefónica Deutschland Group einen signifikanten Einfluss hat. Die Themen wurden dabei vor allem hinsichtlich folgender Aspekte bewertet:

- Signifikanz der Auswirkungen durch die Telefónica Deutschland Group
- Einflussvermögen der Telefónica Deutschland Group auf die Auswirkungen
- Konsequenzen der Auswirkungen für die Telefónica Deutschland Group

BERICHTSRELEVANTE INHALTE	KAPITEL DES CR-REPORTS
Geschäftsmodell	Unternehmensportät
Kundenzufriedenheit	Kundenzufriedenheit
Datenschutz und Informationssicherheit	Datenschutz und Informationssicherheit
Klimaschutz	Umweltmanagement (Konzepte), Energie & CO ₂ -Reduktion (Maßnahmen, Ergebnisse der Konzepte & KPIs)
Arbeitgeberattraktivität	Telefónica als Arbeitgeber
Nachhaltige Innovationen	Nachhaltige Innovationen
Antikorruption	Compliance



Analyse der Geschäftsrelevanz

Im Anschluss an die Impactanalyse haben wir anhand festgelegter Bewertungsaspekte eine Bestimmung der Geschäftsrelevanz für die dabei als wesentlich identifizierten Themen vorgenommen. Dabei lag der Fokus auf Themen, die für den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage der Telefónica Deutschland Group relevant sind. Beteiligt waren hier die relevanten internen Stakeholder. Aus der Analyse wurden insgesamt sechs Themen als wesentlich abgeleitet, von denen sich vier Themen den Aspekten Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange sowie Anti-korruption/Bestechung zuordnen lassen. Der Aspekt Menschenrechte ist von uns als nicht wesentlich im Sinne des CSR-RUG bewertet worden. Zusätzlich sind die Themen Kundenzufriedenheit, Datenschutz und Informationssicherheit für den nichtfinanziellen Bericht identifiziert und dort aufgenommen worden. Diese zusätzlichen Themen haben eine hohe Geschäftsrelevanz für die Telefónica Deutschland Group, zudem gehen relevante Auswirkungen auf diese Themen vom Unternehmen aus.

Bestimmung der wesentlichen nichtfinanziellen Risiken

Daran schloss sich die Beurteilung der Risikoszenarien im Hinblick auf die Eintrittswahrscheinlichkeit und das Schadenspotenzial auf die oben definierten nichtfinanziellen Themen an. Analog zu den Kriterien des etablierten Risikomanagements (ausführliche Beschreibung unter Risiko- und Chancenmanagement im zusammengefassten Lagebericht 2018) haben wir eine Nettobetrachtung der Risiken durchgeführt. Ausgehend von der bereits ermittelten Eintrittswahrscheinlichkeit wurde ein konservativerer Ansatz gewählt und dabei wurden Risiken berücksichtigt, deren Eintritt als „wahrscheinlich“ oder „sehr wahrscheinlich“ angesehen wird. Das Schadenspotenzial der Risiken für die relevanten Aspekte wurde durch die Kriterien der Schwere der Auswirkungen auf den jeweiligen Aspekt, der Anzahl der tatsächlich oder potenziell Betroffenen

sowie der Möglichkeit zur Wiederherstellung des ursprünglichen Zustandes vor der Auswirkung bestimmt. Im Rahmen dieser Risikobetrachtung haben wir lediglich beim Themenfeld Kundenzufriedenheit ein Potenzial für wesentliche Risiken nach CSR-RUG identifiziert, denen wir mit umfassenden Maßnahmen begegnen (siehe Kapitel Kundenzufriedenheit).