

GESONDERTER ZUSAMMENGEFASSTER NICHTFINANZIELLER BERICHT



Telefónica Deutschland Holding AG
für das Berichtsjahr 2020



INHALT



03	Über diesen Bericht
04	Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe
05	Bestimmung der wesentlichen nichtfinanziellen Themen und Risiken
07	Governance für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung
09	Wesentliche nichtfinanzielle Themen
09	Kundenzufriedenheit
13	Datenschutz und Informationssicherheit
16	Energie und CO ₂
20	Arbeitgeberattraktivität
22	Antikorruption und Interessenkonflikte
24	Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers
26	Impressum

ÜBER DIESEN BERICHT



Die Telefónica Deutschland Holding AG hat für das Geschäftsjahr 2020 gemäß den §§ 315b, c i.V.m. 289b - 289e HGB einen gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht für die Telefónica Deutschland Gruppe erstellt. Der vorliegende Bericht wird am 3. März 2021 auf der Webseite www.telefonica.de/nfe öffentlich zur Verfügung gestellt.

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.

Für die umfassende Nachhaltigkeitsberichterstattung nach den GRI-Standards (Option Comprehensive) verweisen wir auf unseren Corporate Responsibility Report, der ab Mai 2021 unter www.telefonica.de/verantwortung zugänglich ist.

Während der Corona-Pandemie im Jahr 2020 haben wir umfassende Maßnahmen ergriffen, um die Erwartungen unserer Kunden an einen sicheren Netzbetrieb und die kommunikative Grundversorgung zu erfüllen. Zugleich haben wir alle notwendigen Schritte zum Schutz unserer Mitarbeitenden in dieser besonderen Zeit eingeleitet. Eine ausführliche Berichterstattung über die Pandemie und unseren Umgang mit ihren Folgen findet sich auf der [Infowebseite „Corona“](#).

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DER TELEFÓNICA DEUTSCHLAND GRUPPE



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

Im Mobilfunkbereich bedienen wir die Nachfrage nach mobilen Dienstleistungen, die sich aus der zunehmenden Digitalisierung in immer mehr Lebensbereichen ergibt. Wir sind mit insgesamt 44,3 Mio. Mobilfunkanschlüssen zum 31. Dezember 2020 ein führender Anbieter in diesem Markt. Im Jahr 2020 bildeten die Mobilfunkdienste mit 5.307 Mio. EUR den wichtigsten Umsatzstrom für die Telefónica Deutschland Gruppe (70,5 % des Gesamtvolumens). In diesem Bereich bieten wir Privat- und Geschäftskunden mobile Sprach- und Datendienste sowohl auf Vertragsbasis (Postpaid) als auch im Prepaid-Segment an. Basis hierfür ist unser Mobilfunknetzwerk. Ergänzend zu unseren Mobilfunkdiensten bieten wir bundesweit Festnetzdienste an. Unsere DSL-Retail-Kundenbasis betrug zum Jahresende 2020 rund 2,3 Mio. Wir gehören zur Telefónica, S.A. Group, einem der größten Telekommunikationsunternehmen weltweit.

Das Geschäftsmodell der Telefónica Deutschland Gruppe ist ausführlich unter „Grundlagen des Konzerns“ im [zusammengefassten Lagebericht 2020](#) beschrieben.

BESTIMMUNG DER WESENT- LICHEN NICHTFINANZIELLEN THEMEN UND RISIKEN

Erstellungsprozess des nichtfinanziellen Berichts

Zur Erstellung des nichtfinanziellen Berichts 2020 haben wir die Nachhaltigkeitsthemen im Hinblick auf die Anforderungen gemäß § 289c HGB – beruhend auf dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, CSR-RUG – analysiert und bewertet. Die CR-Strategie der Telefónica Deutschland Gruppe war über den Responsible Business Plan zunächst bis Ende 2020 ausgerichtet. Im Berichtsjahr wurde die neue CR-Strategie 2025 entwickelt, die ab 2021 den bisherigen Responsible Business Plan ablöst. Als Basis dafür diente uns eine im Jahr 2020 durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse, bei der in einem strukturierten Verfahren sieben Handlungsfelder und 24 potenziell wesentliche Themen für die Telefónica Deutschland Gruppe ermittelt und in eine Themenmatrix eingeordnet wurden.

In diesem Rahmen wurden die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit, die kurzfristige Geschäftsrelevanz für die Telefónica Deutschland Gruppe und die Stakeholderrelevanz erhoben. Dabei haben wir uns auf quantitativ ausgerichtete Kunden- und Mitarbeiterbefragungen, qualitativ orientierte Experteninterviews mit Kunden, Lieferanten, NGO-Vertretern, Analysten, Investoren und Verbandsrepräsentanten, Workshops mit dem Senior Management sowie unternehmens-, markt- und branchenspezifische Studien gestützt. Der Prozess zur Ermittlung der beiden für den nichtfinanziellen Bericht relevanten Perspektiven – Auswirkungen und Geschäftsrelevanz – wird im Folgenden genauer beschrieben.

Impactanalyse und Prüfung kurzfristiger Geschäftsrelevanz

Im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse wurde eine Impactanalyse durchgeführt, bei der die wesentlichen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe entlang der Wertschöpfungskette vom Rohstoffabbau über die Produktion in unserer Lieferkette bis hin zu Standorten, Nutzung und Entsorgung bezüglich der potenziell relevanten Themen ermittelt wurden. Zusätzlich zur Impactanalyse haben wir anhand festgelegter Bewertungsaspekte die Geschäftsrelevanz für die dabei als wesentlich identifizierten Themen bestimmt. Dabei lag der Fokus auf Themen, die für den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage der Telefónica Deutschland Gruppe im Geschäftsjahr 2020 relevant sind.

Die erzielten Ergebnisse wurden abschließend mit dem Vorstand diskutiert und dann freigegeben.

Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse

Aus der Analyse wurden die folgenden sieben Themen als wesentlich abgeleitet.

G 01

WESENTLICHE THEMEN:

Governance für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung
Kundenbeziehung, Produkt- & Serviceerlebnis
Netzqualität und -abdeckung
Datenschutz und Informationssicherheit
Energie und CO ₂
Arbeitgeberattraktivität
Antikorruption und Interessenkonflikte

Von den sieben wesentlichen Themen lassen sich die drei Themen Energie und CO₂, Arbeitgeberattraktivität sowie Antikorruption und Interessenkonflikte den im § 289c HGB angeführten Aspekten Umwelt- und Arbeitnehmerbelange sowie Antikorruption/Bestechung zuordnen.

Zusätzlich sind die Themen Kundenbeziehung, Produkt- & Serviceerlebnis, Netzqualität und -abdeckung sowie Datenschutz und Informationssicherheit für den nichtfinanziellen Bericht als wesentlich identifiziert worden. Netzqualität und -abdeckung sowie Kundenbeziehung, Produkt- & Serviceerlebnis werden im Handlungsfeld Kundenzufriedenheit berichtet. Das Thema Governance für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung wurde ebenfalls als wesentliches Thema identifiziert. Darauf gehen wir im einführenden Text dieses nichtfinanziellen Berichts ein. Die genannten weiteren, über die im § 289c HGB aufgelisteten Aspekte hinausgehenden Themen haben eine hohe Geschäftsrelevanz für die Telefónica Deutschland Gruppe. Zugleich hat die Tätigkeit des Unternehmens relevante Auswirkungen auf diese Themenfelder.

Der Aspekt Menschenrechte ist von uns unverändert als nicht wesentlich im Sinne des § 289c HGB bewertet worden, da die Geschäftsrelevanz unseren Schwellenwert für dieses Geschäftsjahr in der Analyse nicht überschritten hat. Das folgt unserer Einschätzung, dass wir auf diesem Gebiet nur im eigenen Betrieb und bei unseren direkten Lieferanten über einen hohen Einfluss verfügen. Menschenrechtsaspekte werden zudem innerhalb unserer wesentlichen Themen sowie über unser nachhaltiges Lieferkettenmanagement gesteuert und zusätzlich abgesichert. Wir erachten dieses Thema dennoch als grundsätzlich wichtig und erkennen die allgemeine gesellschaftspolitische Relevanz. Wir berichten deshalb in unserem CR-Report und auf der Webseite www.telefonica.de/menschenrechte detailliert über unsere Selbstverpflichtungen und Maßnahmen zu diesem Aspekt.

Im Vergleich zu unserer Vorjahresanalyse wurden nachhaltige Innovationen nicht mehr als wesentliches Thema eingestuft. Wir berichten jedoch zu diesem Thema unter „Digitale Nachhaltigkeitsinnovationen“ im CR-Report.

Bestimmung der wesentlichen nichtfinanziellen Risiken

An die Analyse der Geschäftsrelevanz der identifizierten nichtfinanziellen Themen schloss sich die Beurteilung der Risikoszenarien im Hinblick auf die Eintrittswahrscheinlichkeit und das Schadenspotenzial an. Analog zu den Kriterien des etablierten Risikomanagements haben wir eine Nettobetrachtung der Risiken vorgenommen. Eine ausführliche Beschreibung der Prozesse erfolgt im Kapitel „Risiko- und Chancenmanagement“ des [zusammengefassten Lageberichts 2020](#).

Ausgehend von der bereits ermittelten Eintrittswahrscheinlichkeit wurde ein konservativer Ansatz gewählt, dabei wurden Risiken berücksichtigt, deren Eintritt als „wahrscheinlich“ oder „sehr wahrscheinlich“ angesehen wird. Das Schadenspotenzial der Risiken für die relevanten Aspekte wurde durch die Kriterien der Schwere der Auswirkungen auf den jeweiligen Aspekt, der Anzahl der tatsächlich oder potenziell Betroffenen sowie der Möglichkeit zur Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands vor der Auswirkung bestimmt. Im Rahmen dieser Risikobetrachtung haben wir beim Themenfeld Kundenzufriedenheit das Potenzial für ein wesentliches Risiko gemäß § 289c HGB identifiziert, dem wir mit umfassenden Maßnahmen begegnen (siehe Kundenzufriedenheit).

GOVERNANCE FÜR EINE VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Verantwortungsvolle Unternehmensführung sichert nachhaltige Wertschöpfung

Wir wollen die Digitalisierung zum Wohl der Menschen nutzen, die Verbindungen zwischen ihnen stärken und durch Digitalisierung zu einer Erreichung der Klimaziele beitragen. Im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung behalten wir zugleich bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick. Dies wollen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette und auf allen Unternehmensebenen sicherstellen. Unser Ziel ist es, technologische Innovationen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einzusetzen und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.

Die [Geschäftsgrundsätze](#) der Telefónica Deutschland Gruppe dokumentieren unser Selbstverständnis für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung auf der Basis von ethischen Grundsätzen, Unternehmensstandards und Verhaltensweisen. Diese leiten sich aus den drei Grundwerten Integrität, Verlässlichkeit und Transparenz ab und setzen als verbindlicher Verhaltenskodex Maßstäbe für die Teilnahme am Geschäftsleben. Die Geschäftsgrundsätze sind an Mitarbeitende, Geschäftspartner, Gesellschafter und die Gesellschaft als Ganzes gerichtet. Um die Ernsthaftigkeit unseres Ansatzes zu bekräftigen, werden alle Mitarbeitenden einschließlich des Vorstands regelmäßig und verpflichtend auf die Einhaltung der Geschäftsgrundsätze geschult.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG fühlen sich darüber hinaus den Grundsätzen einer transparenten Corporate Governance verpflichtet und befassen sich regelmäßig mit den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Kodex legt Standards für die Überwachung und Leitung von börsennotierten Unternehmen fest. Der Vorstand führt das Unternehmen in eigener Verantwortung und im Interesse des Unternehmens mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Er wird hierbei vom Aufsichtsrat überwacht und beraten. Alle Maßnahmen und Entscheidungen, die von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen sind, werden in enger Abstimmung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat ausgeführt. In der Erklärung zur Unternehmensführung der Telefónica Deutschland Holding AG, die auch die [Entsprechenserklärung](#) beinhaltet, informieren der Vorstand und der Aufsichtsrat über unsere Unternehmensführung.

T 01

GOVERNANCE

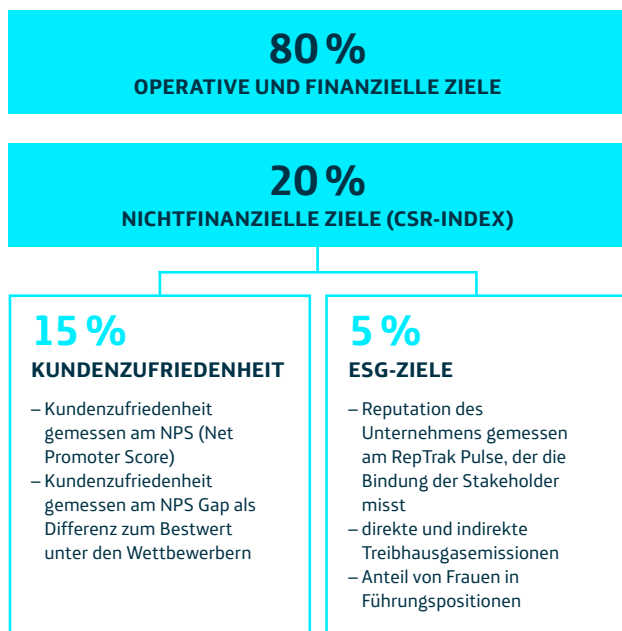
	EINHEIT	2020	2019	2018
Anteil der Mitarbeiter und Direktoren, die zu den Unternehmensgrundsätzen und Menschenrechten geschult wurden ¹	%	95,8	96,8	78,0

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

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

G 02

VARIABLE VERGÜTUNG AN NACHHALTIGKEITSZIELE GEKOPPELT:



Unsere CR-Strategie wird vom Vorstand verabschiedet, ist in die Unternehmensstrategie der Telefónica Deutschland Gruppe integriert und berücksichtigt die globale Nachhaltigkeitsstrategie der Telefónica, S.A. Group. Um die Leitprinzipien und Vorgaben in die tägliche Praxis zu übersetzen, haben wir klare Governance-Strukturen und -Prozesse etabliert. Der Responsible Business Plan dient der für das Nachhaltigkeitsmanagement zuständigen CR-Abteilung als zentrales Steuerungsinstrument und bildet den Rahmen für die Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten der Fachbereiche und Unternehmensstandorte.

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

WESENTLICHE NICHT-FINANZIELLE THEMEN

Kundenzufriedenheit

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Der Kunde steht im Mittelpunkt

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

Wir sind auf Märkten tätig, die sich durch ein hohes Maß an Wettbewerb und durch kontinuierliche technologische Entwicklungen auszeichnen. Unser Unternehmen steht in einem weiterhin dynamischen, jedoch rationalen Marktumfeld im deutschen Mobilfunkmarkt und verzeichnete auch in 2020 eine solide Kundentwicklung. In einem Umfeld, welches durch starken technischen Wandel gekennzeichnet ist, stehen wir vor der Herausforderung, technischen und regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden, die Wünsche der Kunden so weit wie möglich zu antizipieren und ihnen in einer komplexer werdenden Produktwelt Orientierung und Begleitung zu bieten. Daher ist es unser Anspruch, allen Menschen zu ermöglichen, am digitalen Leben teilzuhaben und die Vorteile der Digitalisierung so zu nutzen, wie es zu ihren Wünschen und Bedürfnissen passt. Für uns hat dabei oberste Priorität, dass unsere Kunden jederzeit Transparenz hinsichtlich der Verwendung ihrer Daten haben und über deren Verwendung selbst entscheiden können.

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

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

Im Rahmen der im Berichtsjahr durchgeführten Materialitätsanalyse haben wir die Kundenbeziehung mit dem Produkt- & Serviceerlebnis wie auch die Netzqualität und -abdeckung als wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. Ausschlaggebend waren dafür zum einen die vielfältigen Auswirkungen unseres Handelns entlang der Wertschöpfungskette. Im Zentrum stehen dabei die Ermöglichung einer breiten und unkomplizierten Teilhabe am digitalen Leben für unsere Kunden und die Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens durch Information, Aufklärung und das entsprechende Produkt-/Serviceangebot vom Kauf eines Handys bis zum Recycling. Zum anderen zählt eine hohe Kundenzufriedenheit zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren im Kerngeschäft unseres Unternehmens, die wir mit unserem Leistungsangebot stetig stärken wollen.

PROZESSE & STEUERUNG

Kundenzufriedenheit transparent messen

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

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

Der NPS belegt die Bereitschaft des Kunden zur Weiterempfehlung der Marke O₂. Dieser Wert reflektiert die ganzheitliche Zufriedenheit mit den Marken sowie ihren Produkten, Leistungen und Services. Die Skala reicht dabei von 1 (sehr geringe Kundenzufriedenheit) bis 10 (sehr hohe Kundenzufriedenheit). Der NPS wird durch eine extern durchgeführte telefonische Befragung der Privatkunden unseres Unternehmens sowie der Kunden unserer Wettbewerber ermittelt. Diese wird jährlich mehrfach nach genau definierten Kriterien vorgenommen. Alle Maßnahmen zur NPS-Verbesserung zielen auf die Optimierung der Customer Experience ab. Darüber hinaus ist es uns im Hinblick auf eine gute Customer Experience wichtig zu prüfen, inwieweit die Kundenwünsche von der wahrgenommenen Leistung abweichen, wie es um die Gesamtzufriedenheit der Kunden steht und ob die Kundenerwartung erfüllt wird, sowie den Abstand zu einem fiktiven idealen Anbieter zu messen. Der Customer Satisfaction Index (CSI) wird seit Anfang des Jahres nicht mehr ermittelt, sondern durch den NPS ersetzt, um eine deutlich bessere, qualitative Auskunft zu erhalten, wie die Marken O₂ und Blau im Wettbewerbsvergleich abschneiden. Wir verzeichnen in diesem Jahr eine positive Entwicklung des NPS und erwarten dies nachhaltig auch für die Zukunft sowohl im Privat- wie auch im Geschäftskundenbereich.

Bei der Churn Rate handelt es sich um die Abwanderungsrate von Postpaid-Kunden über einen bestimmten Zeitraum geteilt durch die Anzahl der Gesamtvertragskunden (Postpaid-Anschlüsse exklusive Machine-to-Machine [M2M]). Dank unserer Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und nachhaltiger Qualitätsverbesserungen sowie aufgrund der Pandemie-Auswirkungen verzeichneten wir eine historisch niedrige Abwanderungsrate von 1,40 %. Die implizierte annualisierte Abwanderungsrate der Marke O₂ verbesserte sich auf 16,80 % gegenüber 18,12 % im Jahr 2019.

T 02

KUNDENZUFRIEDENHEIT

	EINHEIT	2020	2019	2018
Postpaid-Kunden-Abwanderungsrate Churn für Postpaid-Anschlüsse exkl. Machine-to-Machine (M2M)	%	1,40	1,51	1,65

Kundenspezifisch ausgerichtete Strategien und Leitlinien

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

Kundenwünsche und -feedback für Verbesserungen nutzen

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

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

Im Bereich Kundenzufriedenheit haben wir uns ambitionierte Ziele gesteckt: Wir wollen einen exzellenten Kundenservice mit hoher Kundenzufriedenheit bieten. Den Status der Zielerreichung bewerten wir über interne Kennzahlen aus direkter Kundenbefragung sowie aus externen Bewertungen wie den regelmäßigen Tests der Fachzeitschrift „connect“. Hier haben wir 2020 bei den verschiedenen Tests in puncto Mobilfunk- und Festnetzqualität mit guten und sehr guten Ergebnissen abgeschnitten. Darüber hinaus verbessern und erweitern wir kontinuierlich unsere digitalen Angebote und wollen dem Kunden rund um die Uhr und ortsunabhängig einen unkomplizierten Service ermöglichen. Unser Ziel ist es,

dass bis Ende 2021 76 % aller Kontakte zu O₂ und Blau digital im Self-Service-Bereich erfolgen (2020 Dezemberwert: 73 %, 2019 Jahresdurchschnittswert: 68 %).

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Digitales Programm zur höheren Kundenzufriedenheit

Im Fokus unserer Maßnahmenplanung steht die Verbesserung des Kundenerlebnisses. Deshalb optimieren wir neben der Qualität unseres Kundenservices auch die Kontaktmöglichkeiten durch das Vorantreiben digitaler Lösungen anhand unseres digitalen Maßnahmenplans. Zugleich wollen wir unsere Kunden zur selbstbestimmten Nutzung digitaler Technologien durch unsere Produkte inspirieren und richten unsere Kommunikationsmaßnahmen darauf aus.

Ein wichtiger Beitrag dazu war im Berichtsjahr der Relaunch des Serviceportals Mein O₂, der einen noch schnelleren und intuitiveren Zugriff auf Self-Service-Lösungen ermöglicht. Wichtige Bausteine dafür sind eine Neustrukturierung der Serviceseiten, eine optimierte Suchfunktion über Freitexteingaben, ein proaktiver Service zur Rufnummernübernahme, erweiterte mobile Funktionalitäten über die O₂ my Service App und neue Künstliche-Intelligenz(KI)-Funktionen über unsere Applikation Aura. Die digitale Assistenzfunktion Aura haben wir bereits mit einigen Anwendungen erfolgreich etabliert und werden diese kontinuierlich ausbauen. Auch WhatsApp wurde von unseren Kunden als digitaler Kommunikationskanal gut angenommen und bietet ihnen die Möglichkeit, ihr Anliegen jederzeit zu platzieren.

Innovative Lösungen für Privat- und Geschäftskunden

Nachhaltiges Wachstum und eine ausgezeichnete Kundenzufriedenheit sind für die Telefónica Deutschland Gruppe oberste Priorität. Dafür bieten wir u. a. innovative Tarife an, die das Leben der Kunden einfacher, schneller und besser machen sollen. Zum Start ins neue Jahrzehnt hat O₂ Mobilfunk als erster Netzbetreiber im deutschen Markt drei Unlimited-Tarife ins Zentrum seines Angebots gestellt, die sich durch ihre jeweilige maximale Surf-Geschwindigkeit unterscheiden. Gleichzeitig hat O₂ seine Tarife mit inkludiertem Highspeed-Datenvolumen aufgewertet und liefert doppelt so viele Gigabytes zum selben Preis. Bei allen höherwertigen Tarifen können Kunden ohne Aufpreis im 5G-Netz surfen. 5G ist bereits an ausgewählten Standorten verfügbar, schrittweise erfolgt der weitere Netzausbau. Mit dem O₂ You Konfigurator können unsere Kunden zudem die Vertragskonditionen selbst gestalten und über Anzahlung, Laufzeit, Datenvolumen oder Smartphone-Nutzung entscheiden. Über O₂ TV ermöglichen wir unseren Kunden auch, jederzeit und von unterwegs Live-TV zum guten Preis-Leistungs-Verhältnis zu empfangen. O₂ bietet zudem Informationen zu Produkten und Dienstleistungen an, die Kunden helfen, die angebotenen Smartphones unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu betrachten – von der Kaufentscheidung

bis zum Recycling. Aus unserem Portfolio steht dafür beispielhaft das Fairphone, das nicht nur besonders langlebig ist, sondern auch umweltschonend und unter hohen Sozialstandards hergestellt wird. Zudem können die Kunden in Bezug auf die Geräte über den Eco Index Details zum verantwortungsbewussten Ressourceneinsatz erfahren.

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

Im B2B-Bereich bieten wir unseren Geschäftskunden vielfältige tarifliche Lösungen, die sicher, fair und zuverlässig sind. Damit wollen wir unser Wachstum steigern, Innovationen vorantreiben und eine hohe Kundenzufriedenheit erreichen. Um den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, haben wir zudem einen persönlichen Ansprechpartner im Customer Service eingeführt. Mit dem O₂ Business Unlimited Tarifportfolio haben wir 2020 ein umfassendes Portfolio auf den Markt gebracht, das die Nutzung von unbegrenztem Datenvolumen in allen Tarifen für flexibles Arbeiten von unterwegs ermöglicht. Je nach Anwendungsfall können sich die Kunden hier für unterschiedliche Bandbreiten (Geschwindigkeiten) entscheiden und so den passenden Tarif für ihre Mitarbeitenden auswählen. Wie bei allen anderen Tarifen beinhaltet auch dieses neue Mobilfunktarifportfolio mit Sprach- und Datenvolumen die Nutzung von 5G.

Für Geschäftskunden, die weniger Datennutzung haben, bietet das ebenfalls neue O₂ Blue Tarifportfolio eine Alternative mit fest inkludiertem, begrenztem Datenvolumen. Alle neuen Tarife verfügen über ein neues Roaming-Konzept, mit dem wir die Bedarfe unserer Geschäftskunden für alle Weltzonen bestmöglich abbilden. Mit den Produkten All-IP und VPN Connect bieten wir unseren Geschäftskunden zudem im Festnetzbereich eine umfassende Produktpalette für ihre Konnektivität, Datensicherheit und Standortvernetzung. Über den neuen Eintauchservice (Trade In) ist es dem Kunden zudem möglich, seine Smartphones datenschutzgerecht zu löschen und bei Bedarf auch umweltkonform entsorgen zu lassen.

Die Telefónica Deutschland Gruppe bietet mit RCS (Rich Communication Services) künftig den Unternehmen eine innovative technologische Lösung, um Nachrichten mit medialen Inhalten, Markeninformationen und interaktiven Angeboten aufzuwerten. Hierbei arbeiten wir eng mit anderen Mobilfunkanbietern in Deutschland zusammen, um ein möglichst einheitliches Kundenerlebnis für alle Mobilfunknutzer zu erreichen.

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

Netzinfrastuktur mit Fokus auf 5G gestärkt

Für ein immer besseres Netzerlebnis unserer Kunden investiert unser Unternehmen in den kommenden Jahren rund 30 % mehr als im Jahr 2019 – bis 2022 insgesamt bis zu 4 Mrd. EUR. Ein großer Teil davon fließt in den Ausbau unserer Netze. Trotz Lieferengpässen infolge der Corona-Pandemie haben wir die bundesweite Versorgungsaufgabe der Bundesnetzagentur (BNetzA) im Jahr 2020 erfüllt. Durch unsere Netzausbau-Offensive verfügen nun über 20.000 Mobilfunkstandorte unseres O₂ Netzes über eine 4G-Versorgung. Ein kontinuierlich wachsendes 4G-Netz ist wichtig, da über 90 % aller mobilen Daten über diese Netzinfrastuktur laufen und 4G auch in den kommenden Jahren das Rückgrat unseres Mobilfunknetzes bleiben wird. Bei unserem Ausbauprogramm haben wir nicht nur die Groß- und Kleinstädte im Blick, sondern vor allem bisher unterversorgte Regionen in Deutschland. So investieren wir u. a. in neue 4G-Stationen in Niederbayern, in der Uckermark, im Odenwald, im Westerwaldkreis, in der Südwestpfalz, im Harz und in der Lausitz.

Als einer der führenden Telekommunikationsanbieter verbinden wir über unser O₂ Netz viele Millionen Menschen mit Mobilfunk. Uns kommt deshalb eine besondere gesellschaftliche Verantwortung für die mobile Vernetzung zu, der wir vor allem bei der Einführung des 5G-Standards gerecht werden wollen. Unsere Kunden profitieren durch 5G künftig von deutlich höheren Datenraten und geringeren Verzögerungszeiten bei der Datennutzung. Gleichzeitig können wir noch mehr Geräte energieeffizient miteinander vernetzen, was zusätzlichen Schwung in unser Internet-of-Things(IoT)-Geschäft bringen soll und eine nachhaltige Digitalisierung vorantreiben wird. Die volle Innovationskraft entfaltet unser neues 5G-Kernnetz vor allem in Kombination mit modernen Cloud-Computing- und Virtualisierungslösungen. Bei der Einführung der 5G-Technologie setzen wir an unseren bundesweit über 26.000 Mobilfunkstandorten – dem sogenannten Zugangsnetz – weiterhin auf unsere bewährten Partner. Für unser neues 5G-Kernnetz, den zentralen und sicherheitsrelevantesten Teil unseres O₂ Netzes, werden wir die Technologie des europäischen Ausrüsters Ericsson nutzen.

O₂ hat sein 5G-Netz im Oktober 2020 in den fünf größten Metropolen des Landes gestartet: München, Berlin, Hamburg, Köln und Frankfurt. Darüber hinaus wurde das Netz in zehn weiteren Städten aktiviert – darunter beispielsweise Düsseldorf, Stuttgart, Essen und Potsdam. Bis Ende 2021 wird das Unternehmen in Städten zahlreiche weitere 5G-Standorte auf den hochleistungsstarken 3,6-GHz-Frequenzen errichten. Zur Erschließung der ländlichen Gebiete wird das Unternehmen zusätzlich zeitnah auf die Technologie Dynamic Spectrum Sharing (DSS) setzen. Die Telefónica Deutschland Gruppe will so bis Ende 2021 insgesamt mehr als 30 % und bis Ende 2022 bereits etwa die Hälfte der deutschen Bevölkerung mit 5G versorgen. Spätestens 2025 soll ganz Deutschland mit dem energieeffizienten 5G versorgt sein.

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 Netzwerkabteilung verantwortlich. Sie sorgt dafür, dass die Auswirkungen von Arbeiten im Netz für die Kunden minimiert, Kundenbeschwerden analysiert und Ausfälle schnellstmöglich behoben werden. Die einzelnen Fachabteilungen optimieren nachfolgend die internen Prozesse unter Beachtung der technischen Rahmenbedingungen.

Bei unseren Netzwerkelementen wollen wir den Grad der Automatisierung in der Überwachung und Entstörung kontinuierlich weiter erhöhen. Für die Analyse und Qualitätsmessung des Netzes verwenden wir seit 2017 ein Messtool, das flächendeckend Werte liefert. So können wir Serviceeinschränkungen oder den Mehrbedarf an Kapazitäten an einem Mobilfunkstandort früher erkennen und entsprechend reagieren.

Durch zukunftsfähige Breitband-Kooperationsmodelle wollen wir unseren Kunden perspektivisch die beste Festnetzabdeckung in Deutschland bereitstellen. Dabei bieten wir unseren Kunden durch erfolgreiche Partnerschaften die für sie optimale Technologie aus dem gesamten Infrastrukturmix aus Kabel, Glasfaser, 4G/5G und DSL an. Wir arbeiten mit mehreren Telekommunikationsdienstleistern wie auch mit anderen Netzbetreibern zusammen und setzen hierbei insbesondere auch auf regionale Partnerschaften. Im Berichtsjahr haben wir die bestehende Kooperation mit der Deutschen Telekom im Festnetz verlängert und ausgeweitet. Diese ermöglicht es O₂ künftig auch, Glasfaser-Hausanschlussleistungen der Telekom an ihre Kunden zu vermarkten. Zudem wird O₂ weiterhin VDSL- und Vectoring-Vorleistungsprodukte der Telekom nutzen. Über die leistungsstarke Kabelinfrastruktur von Vodafone und künftig Tele Columbus erreichen wir weitere Haushalte mit Breitbandkabel und

vervollständigen das durch unseren 4G/5G-basierten O₂ HomeSpot als vollständiges Festnetzersatzprodukt. Zudem können wir künftig Glasfaseranschlüsse über die neue Gesellschaft „Unsere Grüne Glasfaser“ (UGG) anbieten. Hierbei handelt es sich um ein Joint Venture, welches die Telefónica, S.A. Group zusammen mit der Allianz gegründet hat. Als erster Großkunde werden wir unsere O₂ Breitbandprodukte über diese Infrastruktur vermarkten können. In den kommenden sechs Jahren will die Glasfasergesellschaft 2,2 Millionen Haushalte in vorwiegend ländlichen und bisher unterversorgten Gebieten mit Glasfaser versorgen und dafür bis zu 5 Milliarden Euro in den Ausbau investieren. Die Gesellschaft wird dafür ein Glasfasernetz mit einer Länge von über 50.000 Kilometern errichten.

Datenschutz und Informationssicherheit

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Verantwortungsbewusste Digitalisierung bedingt konsequenten Datenschutz und konsequente Informationssicherheit

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

Vielfältige digitale Formate als sichtbarer Ausdruck einer veränderten Arbeitswelt, das während der Pandemie bevorzugt genutzte Home-office sowie der dabei insgesamt ausgelöste Digitalisierungsschub haben die Herausforderungen für den Datenschutz und die Informationssicherheit nochmals erhöht – nicht nur in unserem Unternehmen, sondern auch in der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern.

Zugleich gilt für unser Unternehmen, sich schnell wandelnden rechtlichen Rahmenbedingungen anzupassen. Außer auf die Verschärfung der Rechtslage bei Datenübermittlungen in Nicht-EU-Staaten infolge des sogenannten Schrems-II-Urteils müssen wir auf weitere Gesetzesinitiativen mit erheblichem Beratungs- und Umsetzungsbedarf reagieren, wie etwa die Änderung des Telekommunikationsgesetzes und weitere neue Rechtsmaterien für Datenschutz und Sicherheit in der digitalen Welt.

Wir sind ein Unternehmen, dessen Kerngeschäft mit Daten generiert wird. Millionen Kunden vertrauen jeden Tag dem Mobilfunknetz

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

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

In unseren Prozessen und Produkten schützen wir die Daten unserer Kunden sowie unserer Mitarbeitenden, Partner und Investoren. Mit geeigneten Maßnahmen wollen wir eine datenschutzkonforme Geschäftstätigkeit der Telefónica Deutschland Gruppe sicherstellen.

PROZESSE & STEUERUNG

Klare Regeln und Prozesse etabliert

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

Für die gesamte Organisation gelten die internen Vorgaben zur Sicherheit (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. Dazu gehören die Richtlinie zur Meldung von Datenschutz- und Informationssicherheitsvorfällen, die Richtlinie Datenschutz Informationspflichten, die Richtlinie Datenschutzverträge, die Checkliste

für Betroffenenrechte nach der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) bezüglich der Verarbeitung von Daten von Nutzern bzw. Kunden, der PCP (Privacy Consulting Process), die Richtlinie zur Nutzung von Social Apps sowie verschiedene Verfahrensanweisungen. Unsere Datenschutzrichtlinie umfasst klare Vorgaben zum Schutz personenbezogener Daten, die oftmals sogar über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen. Unsere Mitarbeitenden erhalten dazu jedes Jahr eine Schulung. Alle Beschäftigten sind zudem auf das Daten- und Fernmeldegeheimnis verpflichtet.

Die Verantwortung für die Steuerung und strategische Ausrichtung des Datenschutzes und der Informationssicherheit tragen der Datenschutzbeauftragte sowie der Chief Security Officer. Diese berichten direkt an den Chief Officer Legal and Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Gruppe (Mitglied des Vorstands).

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

Wir arbeiten nur mit Geschäftspartnern zusammen, die unsere datenschutzrechtlichen Vorgaben gemäß der Richtlinie zu Datenschutzverträgen und den entsprechenden Verträgen akzeptieren. Darüber hinaus führen wir Audits u. a. bei Dienstleistern vor Ort zu Datenschutz und Informationssicherheit durch. Für die Einbindung von Subdienstleistern verfolgt die Telefónica Deutschland Gruppe ebenfalls klare Prozesse und Regelungen und macht entsprechende Vorgaben für Verträge.

Auch hinsichtlich der Meldung von Datenschutz- oder Sicherheitsvorfällen handeln wir nach festen Regeln, welche in der Richtlinie Sicherheitsvorfälle sowie in der Verfahrensanweisung Datenschutzvorfälle niedergelegt und im Unternehmen kommuniziert sind. Unsere Datenschutz-Hotline stellt eine erste, gut erreichbare Anlaufstelle für die Meldung von Vorfällen dar. Unsere Lieferanten und ihre Mitarbeitenden können sich bei Beschwerden zudem über das Lieferantenportal der Telefónica Deutschland Gruppe an uns wenden. Bei allen Anfragen zum Datenschutz streben wir eine schnelle und eindeutige Beantwortung an und haben dafür klare operative Prozesse definiert.

Vor der Verarbeitung von Daten nehmen wir in den IT-Entwicklungs- und -Analyse-Prozessen sowie auch anderen unternehmensbereichsspezifischen Prozessen standardisierte Prüfungsschritte vor.

Unsere Ziele im Bereich Datenschutz und Informationssicherheit sind:

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

T 03

DATENSCHUTZ UND INFORMATIONSSICHERHEIT

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

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

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

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN**Sensibilisierung und Aufklärung vorantreiben**

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

Zu den wichtigsten Informationsinstrumenten zählen die [Datenschutzwebsite](#) der Telefónica Deutschland Gruppe sowie die jeweils eigenen Datenschutzwebsites unserer Marken für einen direkten und zielgerichteten Zugriff unserer Kunden. Hier erklären wir detailliert, welche Arten von Daten die Telefónica Deutschland Gruppe nutzt, wie wir die Daten unserer Kunden schützen und was sie selbst für ihren eigenen Schutz tun können. Zudem haben Verbraucher hier die Möglichkeit, von ihren Rechten gemäß DSGVO Gebrauch zu machen. Die Datenschutzinformationen zu unseren Verträgen erhalten die Kunden zusätzlich auch bei Vertragsschluss.

Unsere Mitarbeitenden werden regelmäßig und verpflichtend zum Datenschutz und zur Informationssicherheit geschult, auch mit Unterstützung externer Datenschutzexperten. Datenschutzkoordinatoren, die als Schnittstelle zwischen den Mitarbeitenden im Fachbereich und dem Datenschutzteam fungieren, erhalten regelmäßig eine besonders umfangreiche Schulung.

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

Nach der DSGVO muss ein effektiver Schutz personenbezogener Daten bereits bei der Konzipierung („Datenschutz durch Technikgestaltung“ / „privacy by design“) und Konfigurierung („datenschutzfreundliche Voreinstellungen“ / „privacy by default“) eines Prozesses oder einer Anwendung wirksam umgesetzt sein. Mit eigenen Tools und Checklisten unterstützen wir unsere Mitarbeitenden, alle für den Datenschutz erforderlichen Maßnahmen zu beachten und zu dokumentieren. Jeder Bereichsverantwortliche ist laut DSGVO zudem verpflichtet, seine Datenschutzmaßnahmen risikoorientiert zu strukturieren und zu managen. Dieser Verpflichtung kommt die Telefónica Deutschland Gruppe durch ihr im Jahr 2020 neu aufgesetztes Datenschutz-Risiko-Management nach. Darüber hinaus haben wir den Datenschutzberatungsprozess neu gestaltet, um damit zur Effizienzsteigerung beizutragen.

Datenschutz- und Sicherheitsstandards weiter angehoben

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

Zur Erhöhung der betrieblichen IT-Sicherheit hat die Telefónica Deutschland Gruppe in enger Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom und Vodafone ein gemeinsames Vorgehensmodell mit dem Namen „Zero Impact“ zur Stärkung der Resilienz der Telekommunikationsbranche gegen Cyberangriffe entwickelt. Der Fokus der gemeinsamen Initiative liegt auf der operativen Sicherheit der Netzprovider und der Herstellung eines vergleichbaren und verbesserten betrieblichen Sicherheitsniveaus. Dazu wurden gemeinsam Security Capabilities (Security-Kernkompetenzen) und Szenarien entwickelt, welche die Beschaffenheit möglicher Angriffsszenarien abbilden. Innerhalb der Telefónica Deutschland Gruppe wurde 2019 ein entsprechendes Projekt initiiert, um das Vorgehensmodell gruppenweit bis zum Jahr 2022 umzusetzen.

Energie und CO₂

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Telefónica auf dem Weg zum klimaneutralen Unternehmen

Durch digitale Technologien lassen sich in Deutschland in zehn Jahren bis zu 37 % der Treibhausgasemissionen einsparen¹. Dies ist ein enormes Potenzial, das es insbesondere in den Bereichen Energieinfrastruktur, Mobilität und Industrie zu heben gilt. Die Telekommunikationsbranche kann dabei eine wesentliche Rolle in der Bekämpfung des Klimawandels und für die Dekarbonisierung der Wirtschaft spielen. In Smart Grids, also intelligenten Stromnetzen, wird beispielsweise mithilfe von künstlicher Intelligenz ein Lastenmanagement ermöglicht, das die ungleiche Verteilung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen ausgleicht und die Netze stabilisiert. Mobile Telekommunikation ermöglicht darüber hinaus ressourcenschonende Arbeitsformate wie Videokonferenzen und Homeoffice, effiziente Clouddienstleistungen und die Nutzung digitaler statt physischer Produkte. Allein im Industriesektor lassen sich durch zunehmende Digitalisierung laut der oben genannten Bitkom-Studie weltweit bis zu 20 % der Treibhausgasemissionen einsparen. Allerdings benötigt der Anstieg der über die Netze gesendeten Daten als Teil der fortschreitenden Digitalisierung zusätzlichen Strom und verursacht weitere CO₂-Emissionen. Telekommunikationsunternehmen sind daher gefordert, durch gesteigerte Energieeffizienz ihrer Netze und Rechenzentren im Sinne des Klimaschutzes voranzugehen.

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

Der spanische Mutterkonzern der Telefónica Deutschland Gruppe hat sich verpflichtet, gemeinsam mit den Vereinten Nationen dem Klimawandel entgegenzuwirken. Das Unternehmen ist Teil des Aktionsbündnisses „Business Ambition for 1.5 °C“. Mit gezielten Maßnahmen und einschneidenden Veränderungen wollen die Teilnehmer des Bündnisses die globale Erwärmung auf ein Niveau begrenzen, das 1,5 °C über dem vorindustriellen Durchschnitt liegt. Schon heute stammen 81,6 % der Energie, die der Telefónica Konzern weltweit einsetzt, aus erneuerbaren Quellen. 2020 hat die Unternehmensgruppe ihr globales Klimaziel zeitlich deutlich nach vorn gezogen und will ihr ursprünglich für 2050 geplantes Ziel von null Netto-CO₂-Emissionen in ihren vier Hauptmärkten Spanien, Großbritannien, Deutschland und Brasilien bereits bis 2025 erreichen.

Ambitionierte Ziele zur Klimaneutralität bis 2025

Die Übernahme von Verantwortung für die Umwelt ist auch das Grundverständnis der Telefónica Deutschland Gruppe und bildet den Kern ihrer neuen Klimastrategie: Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis spätestens 2025 null Netto-CO₂-Emissionen zu verursachen. Dies bedeutet für das Unternehmen, dass Produkte oder erbrachte eigene Dienstleistungen sowie die Geschäftstätigkeit insgesamt die Treibhausgasemissionen in der Atmosphäre nicht erhöhen sollen. Auch die Scope-3-Emissionen, z. B. aus der Lieferkette, werden wir koordiniert über die gesamte Telefónica, S.A. Group auswerten, mit Maßnahmen belegen und senken. Das Gruppenziel sieht eine Reduktion von 39 % des CO₂-Ausstoßes bis 2025 (Basisjahr 2015) vor. Dazu werden bis 2025 jedes Jahr konkrete Maßnahmen und Zwischenziele festgelegt:

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

Wir wollen CO₂-Emissionen möglichst vermeiden, zumindest aber verringern und nur absolut unvermeidliche kompensieren. Unser Anspruch ist es, die mit der Digitalisierung einhergehenden deutlich steigenden Datenvolumen mit immer weniger Strom pro Byte zu transportieren. Mit diesen Zielsetzungen streben wir eine Vorreiterrolle für Nachhaltigkeit in der deutschen Telekommunikationsbranche an. So wollen wir nicht nur unsere Umweltbilanz verbessern, sondern auch unsere Geschäftszahlen und die Wettbewerbsfähigkeit. Wir möchten auf diese Weise eine wirksame Risikoprävention, eine starke Reputation und Markenwahrnehmung sowie hohe Bewertungen des Unternehmens in Finanzmarkt ratings erreichen. Klimaschutz mit dem Fokus auf Energie und CO₂ bewerten wir angesichts unseres weitreichenden Impacts und der unverkennbaren Geschäftsrelevanz folgerichtig als wesentliches Thema unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Wir setzen auf verschiedene Bausteine, um Energie einzusparen und Treibhausgasemissionen zu reduzieren: Wir investieren in energieeffiziente Technik, nutzen erneuerbare Energien, fördern eine schadstoffarme Mobilität und bieten unseren Kunden zunehmend nachhaltige Produkte und Dienstleistungen an. Unternehmen und Menschen können mithilfe unserer Infrastruktur und Angebote ihre nachhaltigen digitalen Geschäftsmodelle verwirklichen und so die Umwelt schonen.

¹ Bitkom-Studie Klimaschutz durch digitale Technologien: <https://www.bitkom.org/klimaschutz-digital>

Darüber hinaus arbeiten wir intensiv daran, in unseren eigenen Prozessen möglichst wenig natürliche Ressourcen zu verbrauchen und Abfall zu vermeiden. Die Erfassung und die Auswertung der relevanten Abfallmengen werden mit der Einführung des Abfallmanagementsystems „GreTel“ unterstützt, das speziell für die Bedürfnisse der Telefónica, S.A. Group entwickelt wurde.

PROZESSE & STEUERUNG

Managementsysteme im Unternehmen verankert

Neben unserer Klimastrategie 2025 bildet unsere unternehmensweit verbindliche [Umweltpolitik](#), welche zusätzlich durch eine [Richtlinie zum nachhaltigen Energiemanagement](#) gestützt wird, die Basis für alle Aktivitäten. Beide Richtlinien zielen auf unsere Betriebsabläufe in den Bereichen Netz, Büroflächen und Mobilität, auf den verantwortungsbewussten Einkauf sowie auf unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigen Innovationen ab. Unsere Umweltpolitik ist gemäß [ISO 14001](#) in der Umweltrichtlinie verankert. Sie hat insbesondere die Identifikation und Einhaltung aller relevanten Gesetze, Normen, Standards und sonstiger bindender Verpflichtungen zum Ziel. Unser Umweltmanagementsystem dient dazu, mögliche negative Umweltauswirkungen unserer Aktivitäten und Infrastrukturen zu verhindern und zu minimieren sowie insgesamt unsere umweltbezogenen Leistungen immer weiter zu verbessern. Weitere Vorgaben im Klima- und Umweltbereich haben wir in internen Richtlinien wie beispielsweise in unseren nachhaltigkeitsorientierten Einkaufsrichtlinien, in der Abfallrichtlinie oder der Reiserichtlinie verankert.

Wir haben zudem eine eigene Energierichtlinie gemäß [ISO 50001](#) im Unternehmen etabliert. Die Erstzertifizierung nach diesem Standard wurde 2016 durch eine externe Zertifizierungsstelle vorgenommen. Diese baut auf dem Umweltmanagement auf und präzisiert dessen Grundsätze im Bereich Energie. Die Bürostandorte der Telefónica Deutschland Gruppe sind bereits seit 2004 nach der Umweltmanagementnorm [ISO 14001](#) und der Qualitätsmanagementnorm [ISO 9001](#) zertifiziert. In den Shops orientieren wir uns ebenfalls an der Norm [ISO 14001](#). Um diese Prozesse zu steuern, haben wir intern Energie- und Umweltmanagementbeauftragte ernannt sowie je ein Umwelt- und ein Energiekomitee eingerichtet. Umweltbelange und -ziele sowie alle Maßnahmen werden jedes Jahr einer Managementreview unterzogen. Die Beauftragten berichten zu den Managementsystemen in Zusammenarbeit mit dem Qualitätsmanagementbeauftragten direkt an den Chief Executive Officer. Klima- und Umweltstrategien sowie Maßnahmen werden in den jeweils betreffenden Vorstandsbereichen Technology, Finance und Legal & Corporate Affairs erarbeitet und vom Vorstand gesamthaft beschlossen.

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). Dieses Ziel hatten wir bereits 2019 erreicht und zum Ende des Jahres 2020 konnten wir unsere CO₂-Emissionen weiter um insgesamt 39 % gegenüber dem Basisjahr 2015 senken. In 2020 haben wir die Menge des eingekauften Grünstroms über die Menge des von uns direkt bezogenen Stroms gesteigert, so dass die indirekten Emissionen (Scope 2) nach marktbasierter Methode stark gesunken sind. Ab 2021 wollen wir alle Standorte – auch wo Pauschalen im Strombezug berechnet werden – mit 100 % Grünstrom abdecken. Als Teil dieser Strategie weisen wir ab 2020 ebenfalls den Grünstrom aus, den wir an Technikstandorten mit gemeinsam genutzter Infrastruktur mit den Wettbewerbern beziehen.

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

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

T 04

ENERGIE UND CO₂: KLIMAZIELE

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

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

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Energie- und Ressourceneffizienz gezielt verbessern

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

Dazu zählt auch der Einsatz des Half-SIM-Trägerformats in unseren Shops und bei der Ausgabe an O₂ Postpaid-Neukunden. Der SIM-Karten-Träger ist im Vergleich zum vorher genutzten Scheckkartenformat nur halb so groß und halb so schwer. 2020 haben wir rund 5,8 Mio. SIM-Karten in der neuen Trägersausführung an unsere Kunden und Partner ausgeliefert und unser Ziel eines Umstiegs auf dieses Format zu 97 % erreicht. Dadurch konnten mindestens 11,5 t Plastikmüll eingespart werden. Ressourceneffizienz bestimmt auch unseren Umgang mit DSL-Routern, die wir von Kunden zurückerhalten. Diese Geräte werden technisch geprüft und so aufbereitet, dass sie danach in einem neuwertigen Zustand sind.

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

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

Wir verbessern von Jahr zu Jahr unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen und erreichen unsere selbstgesteckten Klimaziele frühzeitig. Das Datenvolumen stieg gegenüber dem Jahr 2015 um 196 %. Der Energieverbrauch sank im selben Zeitraum hingegen um 14,3 %. Insgesamt bedeutet das eine Senkung des Energieverbrauchs pro Datenvolumen um 71 %.

T 05

ENERGIE UND CO₂: ENERGIEVERBRAUCH

IN GWH	2020	2019	2018
Energieverbrauch gesamt	736	727	778
Stromverbrauch gesamt ¹	710	696	746
Davon Netzwerk und Rechenzentren ²	686	668	716
Davon Büros, Shops, Call-Center	24	28	31
Kraftstoffverbrauch gesamt ³	26	31	32
Energie aus erneuerbaren Energiequellen ⁴	679	584	610

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

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

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

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

Smart Metering als Schlüssel für effiziente Netzwerktechnik

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

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

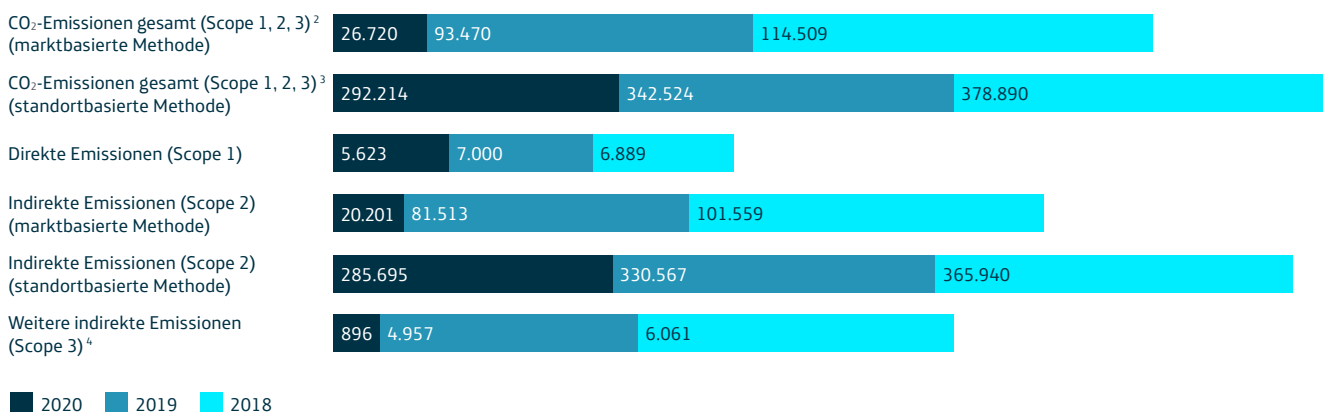
Betriebliche Mobilität emissionsarm ausgerichtet

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

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

G 03

KLIMASCHUTZ: TREIBHAUSGASEMISSIONEN IN TONNEN CO₂-ÄQUIVALENT (tCO₂eq¹)



¹ CO₂eq = CO₂, CH₄ und N₂O.

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

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

⁴ Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen (Flug- und Bahnreisen). Die Emissionen je km für Flug- und Bahnreisen (Scope 3) für die Jahre 2018 bis 2020 wurden mit gruppenweit angewendeten Emissionsfaktoren berechnet (Quelle: UK Government conversion factors).

Arbeitgeberattraktivität

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Zukunftsfähige Organisation und hohe Arbeitgeberattraktivität als Ziele

Die globale Sondersituation rund um COVID-19 stellte die Telefónica Deutschland Gruppe im Jahr 2020 vor neue Herausforderungen. Als Arbeitgeber haben wir der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden im Umgang mit der Pandemie oberste Priorität gegeben. Ein großer Teil der Belegschaft arbeitete seit Beginn der Krise aus dem Homeoffice virtuell zusammen. Dabei haben wir aufgrund der zahlreichen von Kita- und Schulschließungen betroffenen Eltern größtmögliche Flexibilität zur Verteilung der Arbeitszeit gewährt. Die Erkenntnisse aus der über Monate hinweg andauernden neuen Arbeitsweise haben wir in einem strukturierten Prozess und unter Einbindung der Mitarbeitenden und Führungskräfte gesammelt, analysiert und ausgewertet. Ziel war es, die positiven Veränderungen für die Zukunft zu bewahren und die laufende Transformation der Organisation durch einen entschiedenen Schritt in die digitale Arbeitswelt von morgen voranzutreiben. Mit unserer Stoßrichtung für die produktive Gestaltung der „Neuen Normalität“ sowie mit weiteren Initiativen im Jahresverlauf konnten wir die Umsetzung unserer Personalstrategie somit zusätzlich beschleunigen. Die auf den Vorjahren basierenden, weiterentwickelten Schwerpunkte umfassen die Themen neue Arbeitsweisen und Produktivität, Entwicklung von Mitarbeitenden und Führungskräften sowie Mitarbeiterengagement. Mit den entsprechenden Maßnahmen und im kontinuierlichen Austausch mit unseren Mitarbeitenden möchten wir für sie und für externe Bewerber auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber sein.

PROZESSE & STEUERUNG

Systematische Prozesse zur Zielerreichung

Die übergeordnete Verantwortung für den Personalbereich trägt der Chief Human Resources Officer (CHRO). Darüber hinaus vertreten mehrere Betriebsratsgremien die Interessen der Mitarbeitenden. Um die Attraktivität unseres Arbeitsumfelds und das Vorankommen bei Kernthemen unserer Transformation zu bewerten, führen wir regelmäßige Mitarbeiterumfragen durch. Dazu gehören mehrere unterjährige Kurzumfragen – sogenannte Pulse Surveys – und eine jährliche globale „Employee Experience Survey“. Beide Umfragen werden online, anonym und auf freiwilliger Basis unter allen Mitarbeitenden der Telefónica Deutschland Gruppe durchgeführt. Zu den gemessenen Werten zählen der „employee Net Promoter Score“ (eNPS), der darüber Auskunft gibt, mit welcher Wahrscheinlichkeit Mitarbeitende die Telefónica als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Er ist damit ein wesentlicher Indikator für unsere Arbeitgeberattraktivität. Im Jahr

2020 haben wir einen eNPS von 53,8 Punkten erreicht und damit den Wert gegenüber 2019 mehr als verdoppelt (Vj. 21,5). Wesentliche Treiber waren die Form, wie wir als Arbeitgeber mit der Corona-Krise umgegangen sind, sowie die flexibilisierte Arbeitsweise. Themen, die außerdem besonders auf den eNPS einzahlen, sind das allgemeine Wohlbefinden der Mitarbeitenden, gemeinsames gesellschaftliches Engagement sowie Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten. Potenzial für weitere Verbesserungen bieten die Nutzung agiler Methoden und die interne Mobilität. Weitere Ergebnisse zeigen, dass sich 91 % unserer Mitarbeitenden trotz des virtuellen Arbeitens in der anhaltenden Pandemiesituation weiterhin als Teil eines Teams fühlen und dass Kernthemen der Transformation auch während COVID-19 erfolgreich vorangebracht werden konnten. 93 % der Mitarbeitenden (Vj. 88 %) bestätigen zudem, dass es bei der Telefónica Deutschland Gruppe eine ausgeprägte Chancengleichheit gibt.

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

T 06

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT: JÄHRLICHE MITARBEITERUMFRAGE

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

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Schwerpunkte in der Personalarbeit

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

Neue Arbeitsweisen und Produktivität

Die fünf Schlüsselinitiativen zielen insbesondere auf die Stärkung der effizienten und effektiven Zusammenarbeit, Produktivität und individuellen Flexibilität ab. Im Kern handelt es sich dabei um ein flexibles Hybridmodell, das die Vorteile des mobilen, virtuellen Arbeitens mit den Vorzügen der Zusammenarbeit am Standort verbindet. Die fünf Schlüsselinitiativen umfassen „Working Anywhere – arbeiten, wo es am produktivsten ist“, „Working Anytime – größtmögliche Zeitflexibilität innerhalb des gesetzlichen Rahmens“, „Outcome-based Leadership – konsequenter Fokus auf Ergebnisse“, „Digital by Default – virtuelle Meetings als neuer Standard“ und „70 % Less Travel – signifikant weniger Dienstreisen“. Um eine erfolgreiche Umsetzung der Schlüsselinitiativen zu unterstützen, wurden diese in einer aufmerksamkeitsstarken Kommunikationskampagne vermittelt und durch eine Reihe an Maßnahmen flankiert. Dazu zählten spezifische Informationsveranstaltungen, Begleitmaterialien und Coachings, um Mitarbeitende und Führungskräfte für die veränderte Zusammenarbeit zu befähigen. Weitere Maßnahmen zur nachhaltigen Verankerung werden sukzessive und in Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern implementiert.

Mitarbeiterengagement und attraktive Arbeitsbedingungen

Das Engagement unserer Mitarbeitenden ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Telefónica Deutschland Gruppe. Aus diesem Grund schaffen wir unter Einbindung der Führungskräfte ein Arbeitsumfeld, in dem sich unsere Mitarbeitenden aktiv mit ihrer Leistung, ihren Ideen und ihrem sozialen Engagement einbringen, sich weiterentwickeln und verschiedene Lebensbereiche mit flexiblen Arbeitsmodellen vereinbaren können. Um den Austausch im Unternehmen darüber hinaus zu fördern, bestehen u. a. verschiedene Formate zwischen Vorstand und Mitarbeitenden, wie „Vorstand im Dialog“, „Tower Talk“ oder „Kaffee & Croissant“. Während der Situation der COVID-19-Pandemie haben zusätzliche Sonderformate wie virtuelle Führungskräftekonferenzen, wöchentliche Vorstands-Updates und eine spezielle Intranetseite eine kontinuierliche Kommunikation und Orientierung ermöglicht. Unternehmensweite Teamevents für einen guten Zweck – wie der „Digital

O₂ Tower Run“ – trugen auch unter veränderten Rahmenbedingungen zu einer erhöhten Mitarbeiterbindung, einem verstärkten Wir-Gefühl und unserer gemeinsam getragenen gesellschaftlichen Verantwortung bei. Um den Betriebsrat eng einzubinden und Veränderungen im Unternehmen verstärkt zusammen zu gestalten, haben wir im Jahr 2020 u. a. regelmäßige Dialogformate mit Vorstandseteiligung durchgeführt. Zudem findet ein kontinuierlicher informeller Austausch mit den Gremien statt. Als weiteren wichtigen Baustein unserer Arbeitgeberattraktivität sehen wir die umfassenden Zusatzleistungen, welche die Telefónica Deutschland Gruppe ihren Mitarbeitenden bietet. Dazu zählen Zuschüsse zur Altersvorsorge, Vergünstigungen im öffentlichen Nahverkehr, Versicherungsverträge, Essenszuschüsse oder auch Mitarbeiterguthaben.

Entwicklung von Mitarbeitenden und Führungskräften

Die Telefónica Deutschland Gruppe legt einen weiteren Fokus darauf, gezielt in eine kontinuierliche, selbstgesteuerte Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden zu investieren und hochqualifizierte neue Mitarbeitende zu gewinnen. So werden die Beschäftigungsfähigkeit der Belegschaft und die Zukunftsfähigkeit der Organisation langfristig gestärkt. 2020 hat die Telefónica Deutschland Gruppe mit der Initiative BEYOND eine auf künstlicher Intelligenz basierende Plattform eingeführt, die Mitarbeitenden auf Basis ihres Kompetenzprofils passende Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen aufzeigt. Diese können z. B. offene Stellen, Jobrotationen oder Projekteinsätze umfassen. Damit ermutigen wir unsere Mitarbeitenden, sich immer wieder auf Perspektivenwechsel einzulassen und durch dauerhafte Rollenveränderungen an neuen Aufgaben zu wachsen. Die Plattform integriert zudem längerfristige „Learning Journeys“ zu ausgewählten, strategisch relevanten Zukunftskompetenzen wie „Data Analytics & Science“ sowie den Zugang zu über 400.000 Videos und 10.000 Kursen der digitalen Lernplattform LinkedIn Learning. So können Mitarbeitende das Lernen kontinuierlich und selbstbestimmt in ihren Arbeitsalltag integrieren, insbesondere wichtige Daten- und Digitalkompetenzen ausbauen und ihre Arbeitsweisen verbessern.

Um unsere Mitarbeitenden für die neue, teilweise vollständig virtuelle Zusammenarbeit während der Pandemiesituation zu befähigen, haben wir darüber hinaus spezielle Informationsveranstaltungen und Hilfestellungen angeboten. Ein besonderer Schwerpunkt lag hier auf der Unterstützung der Führungskräfte bei der veränderten Aufgabe, die Steuerung und Führung ihrer Teams virtuell zu bewerkstelligen. Angebote für Führungskräfte aller Ebenen fanden entsprechend zusätzlich im Rahmen unseres Führungskräfteentwicklungsprogramms – der sogenannten Leadership Journeys – statt. Mit den Leadership Journeys investieren wir gezielt in unsere Führungskräfte, um sie in ihrer Rolle als Treiber für Veränderung, Leistungsfähigkeit und Engagement zu stärken und auch ihnen kontinuierliche Weiterentwicklung zu ermöglichen. Zu den weiteren unterstützenden Maßnahmen für Führungskräfte zählten im Jahr 2020 individuelle Coachings und Team-Workshops mit Begleitung durch professionelle Trainer.

Antikorrupktion und Interessenkonflikte

GRUNDVERSTÄNDNIS UND HERAUSFORDERUNGEN

Compliance als Fundament unseres Handelns

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

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

Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, internationaler Standards und interner Richtlinien ist für uns selbstverständlich. Die [Geschäftsgrundsätze](#) der Telefónica Deutschland Gruppe dienen uns als weiterer Orientierungsrahmen. Diesen wiederum liegen u. a. die UN-Menschenrechtscharta, die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO) und die Prinzipien des UN Global Compact zugrunde, zu denen wir uns dezidiert bekennen. Unsere Geschäftsgrundsätze sind an Mitarbeitende, Geschäftspartner, Gesellschafter und die Gesellschaft als Ganzes gerichtet. Als verbindlicher Verhaltenskodex setzen sie Maßstäbe für die Teilnahme am Geschäftsleben.

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

Für uns geht es um mehr, als Vorgaben zu erfüllen. Wir wollen uns auch stetig weiterentwickeln und integrires Handeln im digitalen Zeitalter gewährleisten. Der digitale Wandel mit seiner Vielzahl an rechtlichen Herausforderungen, aber auch die für 2021 erwartete Rechtsentwicklung hin zu einem Unternehmensstrafrecht eröffnen hier Gestaltungsspielräume und Möglichkeiten. Das neue Verbandssanktionengesetz (Unternehmensstrafrecht) regelt die Sanktionierung von Verbänden, d. h. von juristischen Personen des privaten und des öffentlichen Rechts, nicht rechtsfähigen Vereinen und rechtsfähigen Personengesellschaften. Der derzeitige Gesetzesentwurf sieht u. a. auch Regelungen für die Berücksichtigung von Compliance-Bemühungen eines Unternehmens vor und schafft damit deutliche Anreize, in ein gutes Compliance-Management-System (CMS) zu investieren. Die Bedeutung und Wichtigkeit eines wirksamen CMS steigt damit zukünftig erheblich. Eine effiziente Verankerung des CMS im Unternehmen und gezielte Compliance-Maßnahmen tragen dazu bei, Risiken im Bereich Wirtschaftskriminalität proaktiv zu erkennen und wirksam zu bekämpfen.

PROZESSE & STEUERUNG

Null Toleranz gegenüber Korruption

Das Compliance-Management hat eine hohe Bedeutung für die Telefónica Deutschland Gruppe. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Thema Antikorrupktion, denn Korruptionsvorfälle können nicht nur zu hohen finanziellen Schäden, sondern auch zu erheblichen Reputationsschäden führen. Die Telefónica Deutschland Gruppe verurteilt jede Form von Korruption und bekräftigt dies mit dem Zero-Tolerance-Commitment. Mit der Digitalisierung befinden sich auch die Geschäftsprozesse von Unternehmen im Wandel. Daher müssen Compliance-Management-Systeme (CMS) an die neuen Gegebenheiten angepasst werden, um Risiken proaktiv zu erkennen und effektiv steuern zu können. Es ist unser Ziel, unlauteres Handeln wie Korruption, Wirtschaftskriminalität und Betrug durch präventive Maßnahmen bestmöglich zu verhindern und – wenn das im Einzelfall nicht gelingen sollte – konsequent aufzudecken. Das Ziel, unser CMS bis Ende 2020 extern zu zertifizieren, konnten wir nicht vollends erreichen. Bis 2021 streben wir aber den Abschluss einer externen Zertifizierung unseres CMS an.

Integriertes Compliance-Management-System

Es ist uns wichtig, das Vertrauen unserer Kunden zu wahren und stetig zu stärken. Finanzielle Nachteile oder Reputationsschäden für unser Unternehmen durch Compliance-Verstöße wollen wir unbedingt vermeiden. Wir haben deshalb ein integriertes CMS etabliert, das die Einhaltung unserer Vorgaben sicherstellt. Zu den Schwerpunkten unseres CMS zählt neben der Bekämpfung von Korruption ebenso die Vermeidung von unlauterem Wettbewerb und Interessenkonflikten. Die Gesamtverantwortung dafür liegt beim Director Integrity Services, der an den Chief Officer Legal and

Corporate Affairs berichtet. Vorstand und Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Gruppe werden regelmäßig über die Compliance-Aktivitäten und die Weiterentwicklung des CMS informiert.

Sämtliche uns bekannt gewordenen Verdachtsfälle von unlauterem Handeln, beispielsweise mögliche Fälle von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit, werden sorgfältig untersucht. Nachgewiesene Vorwürfe werden konsequent verfolgt und entsprechend sanktioniert. Das integrierte CMS-System hilft unternehmensweit, Korruptionsfälle zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen so weit wie möglich zu verhindern. Wir definieren dabei Korruptionsfälle als jede Form des Missbrauchs der beruflichen Stellung zur Verschaffung unzulässiger materieller oder immaterieller Vorteile. Im Berichtsjahr 2020 lagen uns keine Meldungen zu Verdachtsfällen bezüglich korrupter Handlungen vor.

T 07

ANTIKORRUPTION

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

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

Zu den wichtigsten Compliance-Themen im täglichen Handeln haben wir ergänzend klare Richtlinien und Vorgaben definiert. Neben den [Geschäftsgrundsätzen](#) zählen dazu die Richtlinien zu Korruptionsprävention und Kartellrecht, Richtlinien zum Umgang mit Einladungen, Geschenken, Interessenkonflikten und Incentives sowie die [Human Rights Policy](#) der Telefónica Deutschland Gruppe. Daneben gelten Regelungen für die Beschaffung von Dienstleistungen, so etwa die Verfahrensanweisung zum Umgang mit Dienstleistern. Im Berichtsjahr 2020 haben wir zudem eine neue Policy zu unserem Whistleblower-Kanal erstellt, die den rechtssicheren und verantwortungsvollen Umgang mit Hinweisen, Beschwerden und anonymen Meldungen von potenziell betroffenen Anspruchsgruppen sicherstellt.

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

Stakeholder in Prävention einbeziehen

Um die Compliance-Maßnahmen umsetzen zu können, ist eine enge Einbindung unserer Mitarbeitenden unerlässlich. Dies erreichen wir durch Aufklärungskommunikation sowie Umfragen und Trainings. Auch für unsere Geschäftspartner bzw. Lieferanten gelten verbindliche

Vorgaben, wie etwa die [Supply Chain Sustainability Policy](#) oder die [Antikorrupktionserklärung](#), denen im Auftragsprozess zugestimmt werden muss.

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

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

Darüber hinaus findet eine regelmäßige Kommunikation zu korruptionsrelevanten Themen statt, z. B. über Mailings oder das Intranet. Bei Bedarf berät die Compliance-Abteilung Mitarbeitende oder Gremien, wie etwa den Betriebsrat, zu allen Fragen ethischen und integren Verhaltens. Wir nehmen anlassbezogene und prozessbegleitende Prüfungen und Beratungen hinsichtlich möglicher Compliance-Risiken vor. Die Abteilung Internal Audit sowie externe Prüfer kontrollieren regelmäßig das CMS sowie unsere Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption. Auch unsere Mitarbeitenden werden zur Qualität und Effektivität des CMS befragt. Im Jahr 2020 haben wir ein Risiko-Assessment für die Teilbereiche Korruption und Interessenkonflikte durchgeführt und Maßnahmen zur weiteren Verbesserung in diesen Themenfeldern abgeleitet. So wollen wir im Jahr 2021 beispielsweise ein E-Learning speziell zum Thema Antikorrupktion und Interessenkonflikte für bestimmte Risikobereiche anbieten. Weiterhin werden wir FAQs für alle Mitarbeitenden zum Thema „Umgang mit Amtsträgern“ erstellen sowie die Definition von „Amtsträger“ in der Antikorrupptionsrichtlinie weiter schärfen, da hier noch Unklarheiten bei einigen Mitarbeitenden festgestellt wurden. Diese Maßnahmen sind aus unserer Sicht wichtig, da gerade der geschäftliche Kontakt mit Amtsträgern eine besondere Sensibilität im Hinblick auf mögliche Korruptionsrisiken erfordert.

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der nichtfinanziellen Berichterstattung

An die Telefónica Deutschland Holding AG, München

Wir haben den zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht nach §§ 289b Abs. 3 und 315b Abs. 3 HGB der Telefónica Deutschland Holding AG, München, (im Folgenden die „Gesellschaft“) für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 (im Folgenden der „nichtfinanzielle Bericht“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte

Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrags ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im nichtfinanziellen Bericht verwiesen wird.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung der gesetzlichen Vertreter und relevanter Mitarbeiter, die in die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über Angaben im nichtfinanziellen Bericht
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht
- Analytische Beurteilung von Angaben im nichtfinanziellen Bericht
- Einsichtnahme in ergänzende Unterlagen und unterstützende Systeme
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Jahresabschluss und Lagebericht
- Beurteilung der Darstellung der Angaben
- Verwertung der Zertifizierung der Indikatoren für Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen nach ISO 14064 durch einen unabhängigen Dritten

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Gesellschaft geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

München, den 18. Februar 2021

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad
Wirtschaftsprüfer

ppa. Annette Daschner

IMPRESSUM

Herausgeber

Telefónica Deutschland Holding AG
Valentina Daiber, Chief Officer Legal & Corporate Affairs
Mitglied des Vorstands
Georg-Brauchle-Ring 50
80992 München
Tel.: +49 89 2442 0
www.telefonica.de

Investor Relations

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG
Christian Kern, Director Investor Relations
Georg-Brauchle-Ring 50
80992 München
Tel.: +49 89 2442 1010
E-Mail institutionelle Investoren: ir-deutschland@telefonica.com
E-Mail Privatinvestoren: shareholder-deutschland@telefonica.com
www.telefonica.de/ir

Corporate Responsibility

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG
Claudia von Bothmer, Head of Corporate Responsibility
Georg-Brauchle-Ring 50
80992 München
E-Mail: cr-de@telefonica.com
www.telefonica.de/verantwortung

Der nichtfinanzielle Bericht ist online verfügbar unter
www.telefonica.de/nfe

Der Geschäftsbericht ist online verfügbar unter
www.telefonica.de/geschaeftsbericht

Inhaltliche Konzeption

Telefónica Deutschland Holding AG,
Corporate Responsibility, München

Redaktion und Umsetzung

Scholz & Friends Reputation, Berlin

Layoutkonzept und -umsetzung

heureka, Essen

Veröffentlichung

März 2021 – alle Zahlen wurden, sofern nicht anders gekennzeichnet, zum 31. Dezember 2020 erhoben. Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Die deutsche Ausgabe ist im Zweifel verbindlich.

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika dar. Wertpapiere dürfen bei fehlender Registrierung nach dem US Securities Act von 1933 in geänderter Fassung oder fehlender Ausnahmen nach dem Gesetz nicht in den Vereinigten Staaten von Amerika angeboten oder verkauft werden. Der Emittent hat weder Wertpapiere nach dem US Securities Act von 1933 in geänderter Fassung registriert noch beabsichtigt er eine solche Registrierung oder das Angebot von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Die in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, in Kanada, Australien, Südafrika oder Japan bestimmt.