

Valentina Daiber
Director Corporate Affairs
Telefónica Deutschland



- 11

Tim-Julian Hartmann
Geschäftspartner im
Bereich Internet of Things



- 21

Katharina Krensreiter
Onlife Graduate bei
Telefónica Deutschland



- 30

Dr. Nicolaus Gollwitzer
CEO von Telefónica NEXT



- 41

DIGITAL. NACHHALTIG. NAH.

Andrea Rumiz
Partner für digitale
Klimaschutzlösungen



- 72

Katrin Donauer
Privatkundin bei O₂



- 55

Daniel Büchle
Partner für Remarketing
und Recycling von Handys



- 69

Frederic Meyer-Scharenberg
Think Big Projektmacher



- 48

Über diesen Bericht

Corporate Responsibility (CR) ist fester Bestandteil des unternehmerischen Denkens und Handelns der Telefónica Deutschland Group. Mit dem vorliegenden CR-Report berichten wir zum zweiten Mal nach dem Zusammenschluss mit der E-Plus Gruppe umfassend und transparent über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten und informieren so unsere Stakeholder. Dazu zählen beispielsweise Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Aktionäre, politische Entscheidungsträger, Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) sowie die interessierte Öffentlichkeit. Die Veröffentlichung unseres letzten CR-Reports erfolgte im Mai 2016.

Berichtszeitraum und -grenzen

Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2016. Ergänzt wird der Report um Informationen zu relevanten CR-Aktivitäten, die vor oder nach dem genannten Zeitraum liegen. Redaktionsschluss ist März 2017. Sofern quantitative Kennzahlen nicht anders gekennzeichnet sind, gelten sie für die Telefónica Deutschland Group und beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2016.

Umfassende Berichterstattung nach GRI G4

Dieser Bericht wurde im Einklang mit den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Option G4 „comprehensive/umfassend“ erstellt. Die Berichtsinhalte wurden nach dem Prinzip der Wesentlichkeit ausgewählt und berücksichtigen die maßgeblichen Stakeholder-Erwartungen. Die Telefónica Deutschland Group hat im Jahr 2015 in einem mehrstufigen Prozess eine ganzheitliche Strategie entwickelt, die Corporate Responsibility auf allen

Unternehmensebenen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette verankert. 2016 haben wir mit der Entwicklung des „Responsible Business Plan“ unser CR-Engagement noch enger mit dem Kerngeschäft der Telefónica Deutschland Group verzahnt. Detaillierte Informationen zu unserer CR-Strategie, Maßnahmen, Ergebnissen und Zielen sowie Herausforderungen sind in den Kapiteln „CR-Management“, „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“ und „Umwelt und Klima schützen“ zu finden. Das abschließende Kapitel „Daten & Fakten“ beinhaltet alle relevanten Kennzahlen. Der CR-Report wurde von der externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young nach dem [ISAE 3000 revised](#) Standard mit begrenzter Sicherheit geprüft. Dazu wurden ausgewählte Managementansätze und Kennzahlen begutachtet. Im vorliegenden CR-Report und dem GRI G4 Content Index sind die geprüften Angaben entsprechend markiert.

Berichtsformat, Berichtszyklus und Ansprechpartner

Der CR-Report 2016 steht als PDF in deutscher und englischer Sprache unter www.telefonica.de/verantwortung zum Download bereit. Außerdem finden sich dort weitere aktuelle Informationen zu CR-Aktivitäten der Telefónica Deutschland Group. Wir werden auch in Zukunft jährlich einen CR-Report veröffentlichen. Mit Hinweisen und Rückfragen können Leser das CR-Team unter cr-de@telefonica.com kontaktieren. Unser aktueller Geschäftsbericht kann unter www.telefonica.de/investor-relations abgerufen werden.

Redaktionelle Anmerkung

Wir verwenden aus Gründen der besseren Lesbarkeit in der Regel nur die männliche Sprachform. Dessen ungeachtet sprechen wir alle Geschlechter an.

Inhalt

1.0 | Einführender Teil

- 1.1 Vorwort des CEO
- 1.2 Unternehmensporträt
- 1.3 CR-Highlights 2016

+

2.0 | Corporate Responsibility Management

- 2.1 Business-Strategie
- 2.2 CR-Strategie
- 2.3 CR-Steuerung
- 2.4 Stakeholder-Engagement

+

3.0 | Verantwortlich wirtschaften

- 3.1 Kunden
- 3.2 Lieferantenmanagement
- 3.3 Telefónica als Arbeitgeber
- 3.4 Compliance

+

4.0 | Leben in der digitalen Welt stärken

- 4.1 Netz und Produkte
- 4.2 Digitale Inklusion
- 4.3 Datenschutz und Informationssicherheit
- 4.4 Jugendschutz

+

5.0 | Umwelt und Klima schützen

- 5.1 Umweltmanagement
- 5.2 Energie & CO₂-Reduktion
- 5.3 Ressourcenschutz
- 5.4 Green Services
- 5.5 Mobilfunk und Gesundheit

+

6.0 | Daten & Fakten

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

+



1.0 Einführender Teil

1.1 Vorwort des CEO

1.2 Unternehmensporträt

1.3 CR-Highlights 2016

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Einführender Teil

+

+

+

1.0

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,



wir leben in einer spannenden Zeit! Die Digitalisierung gewinnt immer mehr an Tempo und wirkt in alle Bereiche unseres Lebens hinein: Arbeiten und Lernen, Freundeskreis und Familie, Gesundheit, Mobilität und Sicherheit. Als nach Kundenzahl größtes deutsches Mobilfunkunternehmen mit mehr als 49 Millionen Kundenanschlüssen sind wir Schrittmacher dieser Entwicklung, weil wir an die großen Chancen digitaler Technologien für eine nachhaltigere Welt glauben. Wir werden aber nur dann Erfolg haben, wenn die Digitalisierung den Menschen dient und alle an ihren Errungenschaften teilhaben können. Das ist die Aufgabe, der wir uns verschrieben haben.

Die wichtigsten Rohstoffe der Digitalisierung – Konnektivität und Daten – wollen wir verantwortungsbewusst nutzen. Damit kommen wir unserer Vision, das führende digitale OnLife-Telekommunikationsunternehmen zu werden, immer näher. Wir ermöglichen es unseren Kunden, ihr digitales Leben nach ihren eigenen Vorlieben und Wünschen zu gestalten. Dabei setzen wir uns dafür ein, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten. Wir stellen die Weichen in Richtung Zukunft, indem wir unsere strategischen Wachstumsfelder „Advanced Data Analytics“ und „Internet of Things“ deutlich ausbauen. Die entsprechenden Aktivitäten haben wir in der 2016 gegründeten Telefónica NEXT gebündelt. Sie entwickelt digitale Produkte und Lösungen, die Wirtschaft und Gesellschaft gleichermaßen zugutekommen.

Unsere Corporate-Responsibility-Strategie haben wir im Jahr 2016 konsequent weiterentwickelt und noch enger mit unserem Kerngeschäft verzahnt: Mit dem Responsible Business Plan 2020 formulieren wir unsere Ambitionen und Ziele in den Bereichen, die für uns

und unsere Stakeholder mit Blick auf unsere Nachhaltigkeitsperformance wesentlich sind. Im vergangenen Jahr haben wir auf diesem Weg wichtige Fortschritte erzielt. Wir haben die Integration unserer Netze beschleunigt vorangetrieben und die LTE-Technologie weiter ausgerollt. Mit dem neuen Tarifkonzept O₂ Free kommen wir dem Wunsch unserer Kunden nach, sich jederzeit komfortabel in der digitalen Welt bewegen zu können. Bereits seit Jahren stärken wir mit den bundesweiten Programmen Think Big und Tablet-PCs für Senioren die digitalen Kompetenzen jüngerer und älterer Menschen. Zudem nutzen wir digitale Lösungen, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Wir haben unseren CO₂-Ausstoß weiter gesenkt und geben erneuerbaren Energien den Vorrang. 2016 wurde unser Energiemanagementsystem nach ISO 50001 erfolgreich für alle unsere Bürostandorte, Shops und Netzwerkstandorte zertifiziert.

Dieser CR-Report zeigt, wie wir im digitalen Zeitalter gemeinsam mit unseren Stakeholdern eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben. Als Vordenker und Gestalter wollen wir die digitale Revolution zum Wohle der Gesellschaft nutzen. Ich lade Sie herzlich ein, sich von unseren Ansätzen und Fortschritten ein eigenes Bild zu machen, und wünsche Ihnen eine informative Lektüre.

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



1.0 Einführender Teil

1.1 Vorwort des CEO

1.2 Unternehmensporträt

1.3 CR-Highlights 2016

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Telefónica Deutschland – auf dem Weg zur führenden digitalen OnLife Telco

Mit über 49 Millionen Kundenanschlüssen zum 31. Dezember 2016 gehört die Telefónica Deutschland Group zu den führenden integrierten Netzbetreibern und ist der nach Kundenzahl größte Mobilfunkanbieter in Deutschland. Verantwortungsbewusst treiben wir den digitalen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft weiter voran. Als digitale OnLife Telco ermöglichen wir unseren Kunden ein digitales und selbstbestimmtes Leben nach ihren eigenen Wünschen und Vorlieben.

Wir bieten Privat- wie Geschäftskunden in Deutschland Post- und Prepaid-Mobilfunkprodukte sowie innovative mobile Datendienste auf Basis der GPRS-, UMTS- und LTE-Technologie an. Darüber hinaus stellen wir Festnetzprodukte wie DSL-Telefonie für Privatkunden sowie innovative IP-Telefonie- und Vernetzungslösungen im Geschäftskundenbereich zur Verfügung. Abgerundet wird unser Angebot durch moderne Highspeed-Internet-Produkte. Dafür stellen wir ein hochmodernes Mobilfunknetz zur Verfügung. Die UMTS-Netzinfrastruktur erreicht heute rund 90 % der deutschen Bevölkerung, die LTE-Abdeckung liegt landesweit bei rund 80 %.

Wir verfolgen eine fokussierte Mehrmarkenstrategie, damit wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen das gesamte Spektrum der Kundenbedürfnisse bedienen können. Mit unserer Premium-Marke O₂ bieten wir Privat- und Geschäftskunden besonders hochwertige Lösungen in der Mobil- und Festnetzkommunikation. Internationale Konzerne vertrauen unserer Marke Telefónica. Über unsere Zweit- und Partnermarken erreichen wir weitere wichtige Kundengruppen. Wir vertreiben zudem eine große Vielfalt an Mobiltelefonen sowie digitalen Lifestyleprodukten wie Smartwatches und bieten Serviceleistungen, beispielsweise mobiles O₂ Banking, Partnerschaften mit bekannten Inhaltenanbietern wie Sky Deutschland oder TV Spielfilm,

sowie Versicherungen und Virenschutz. Dafür nutzen wir unsere eigenen Shops, unabhängige Franchise- und Premium-Partner-Shops, Online- und Telesales-Kanäle sowie indirekte Vertriebswege in Kooperation mit Einzelhändlern. Im Geschäftsjahr 2016 erwirtschaftete die Telefónica Deutschland Group einen kombinierten Umsatz von 7,5 Mrd. EUR (2015: 7,9 Mrd. EUR) und beschäftigte insgesamt 8.843 Mitarbeiter (2015: 8.803 Mitarbeiter)¹.

Die Struktur unseres Unternehmens

Die Telefónica Deutschland Group ist Teil der Telefónica, S.A. Group mit Sitz in Madrid, eines der weltweit größten Telekommunikationsanbieter. Ihre Obergesellschaft, die Telefónica Deutschland Holding AG, ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und im TecDAX gelistet. Unter ihrem Dach agiert die hundertprozentige, operativ tätige Tochtergesellschaft Telefónica Germany GmbH & Co. OHG mit ihrer hundertprozentigen Tochter E-Plus Mobilfunk GmbH. Geschäftssitz der Telefónica Deutschland Holding AG ist München.

2016 wurde die Telefónica Germany NEXT GmbH in Berlin als Tochterunternehmen der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG gegründet, um Innovationen in den Bereichen intelligente Datenanalysen (Advanced Data Analytics, ADA) und im Bereich Internet of Things (IoT) voranzutreiben.

¹ Die Mitarbeiterzahlen für 2016 umfassen jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember 2016. Gleiches gilt für das Vorjahr. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht 2016 veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.476 Mitarbeitern (2015: 9.646 Mitarbeiter) entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.

Suche 

1.0 Einführender Teil

1.1 Vorwort des CEO

1.2 Unternehmensporträt

1.3 CR-Highlights 2016

2.0 Corporate Responsibility
Management

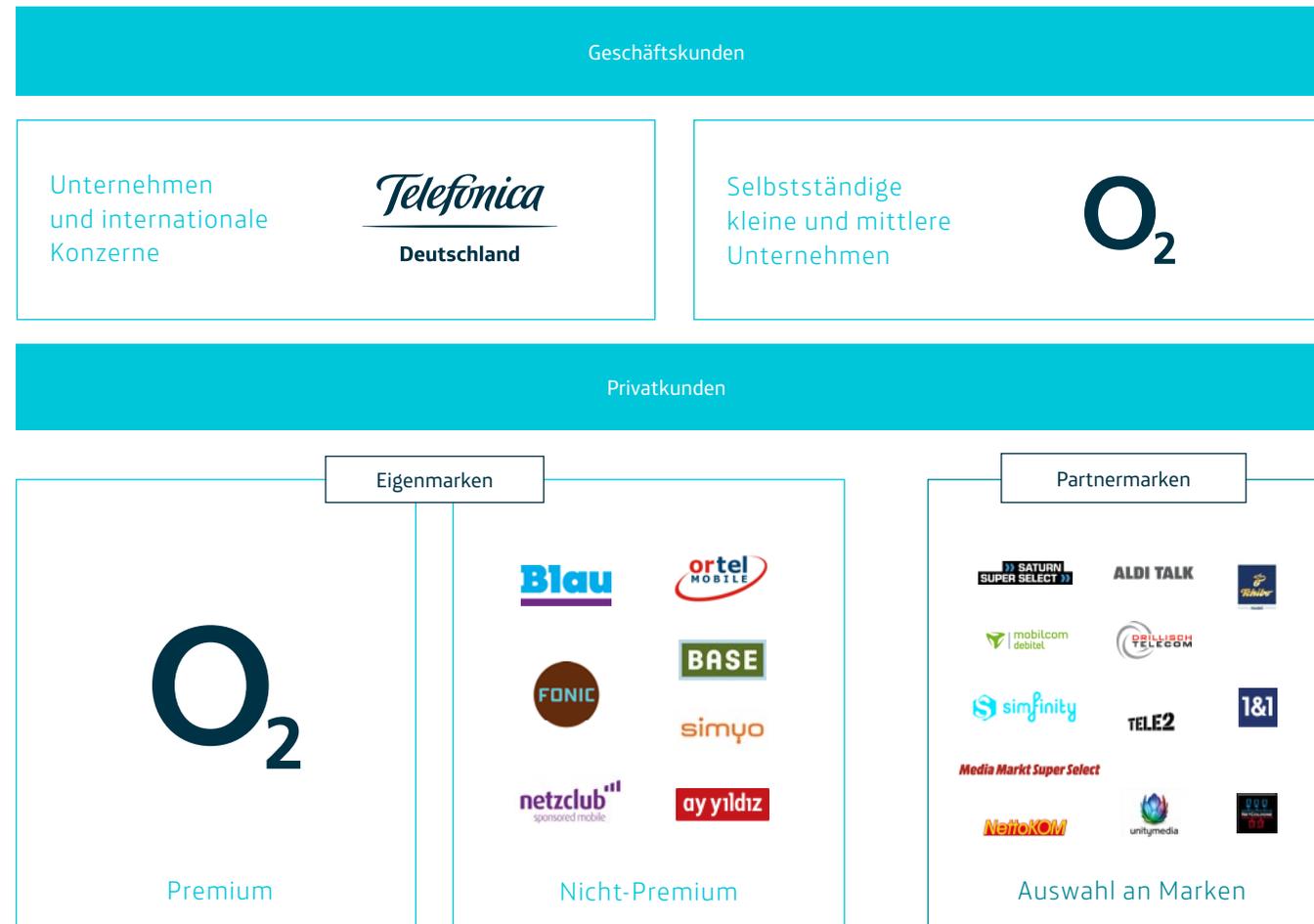
3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Unsere Marken decken sämtliche Marktsegmente und Kundenbedürfnisse ab:



Suche



1.0 Einführender Teil

1.1 Vorwort des CEO

1.2 Unternehmensporträt

1.3 CR-Highlights 2016

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Unsere Meilensteine 2016

Das richtige Netz am richtigen Ort



Zügiger Netzausbau der vierten Generation der Mobilfunktechnologie: Bereits 79 % der Bevölkerung in Deutschland erreicht der Highspeed-Mobilfunk per LTE. Bei der dritten Generation, UMTS, bieten wir eine Versorgung für rund 90 % der Bevölkerung.

Inspiration und Hilfestellungen zur digitalen Inklusion

Mit unseren Programmen Think Big für Jugendliche (20.453), Tablet PCs für Senioren (1.249) und den O₂ Gurus (3.242.961) haben wir allein im letzten Jahr über 3,26 Mio. Menschen erreicht und digital inspiriert.

Handyguide für Kinder und Eltern

Zusammen mit dem Deutschen Kinderhilfwerk e.V. haben wir die vierte überarbeitete Auflage der kindgerechten Broschüre veröffentlicht, um über den bewussten Umgang mit Handy und Smartphone zu informieren. Die Publikation ist auf Deutsch und erstmals auch auf Türkisch erhältlich.

Zertifizierung unseres Energiemanagements

Das Energiemanagement nach ISO 50001 hilft uns dabei, unsere Leistungen im Bereich Energie weiter zu optimieren und Kosten zu reduzieren.

Geprüfter Datenschutz



Unsere Datenanonymisierungsplattform, die in enger Zusammenarbeit mit den Datenschutzbehörden entwickelt wurde, erhielt vom TÜV Saarland das Siegel „Geprüfter Datenschutz“. Hervorgehoben wurden der umfassende Schutz der Privatsphäre und das hohe Maß an Entscheidungsfreiheit.

Suche



1.0 Einführender Teil

1.1 Vorwort des CEO

1.2 Unternehmensporträt

1.3 CR-Highlights 2016

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Smarte Datenanalyse für den Klimaschutz



In mehreren deutschen Städten erforschen wir gemeinsam mit Partnern das Potenzial intelligenter Datenanalysen, mit denen die Kommunen Infrastrukturmaßnahmen besser planen, Emissionen genauer messen und den öffentlichen Nahverkehr insgesamt attraktiver gestalten können.

Aufstellung unseres Responsible Business Plan 2020

Unter dem Motto „Unsere Zukunft. Unser Anspruch.“ haben wir für unsere wesentlichen CR-Themenfelder langfristige Ambitionen formuliert und aussagekräftige Ziele erarbeitet.

Nachhaltiges Lieferantenmanagement gestärkt

Unsere Supply Chain Sustainability Policy, die als Verhaltenskodex für unsere Lieferanten dient, haben wir komplett überarbeitet und um neue Aspekte wie Datenschutz und Antikorruption erweitert.

Neues Tarifportfolio O₂ Free

Weitersurfen und viele beliebte Anwendungen nutzen, auch wenn das Hochgeschwindigkeits-Datenvolumen aufgebraucht ist. Ausgerichtet an den individuellen Bedürfnissen der Kunden und zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis.

Handyrecycling verbessert Ressourcenschutz



Gemeinsam mit der gemeinnützigen AfB und dem NABU haben wir über das Programm 62.361 Althandys eingesammelt (36% mehr als im Vorjahr). Davon gingen 51.145 ins Recycling und 11.216 in die Wiedervermarktung.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Corporate Responsibility Management

+

+

+

2.0



„Ich bin fest davon überzeugt, dass wir mit digitalen Technologien dazu beitragen können, gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.“

VALENTINA DAIBER

Director Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Group



Als digitale OnLife Telco will die Telefónica Deutschland Group die digitale Transformation verantwortungsbewusst gestalten. Mit dem Responsible Business Plan 2020 hat das Unternehmen seine CR-Strategie noch enger mit dem Kerngeschäft verzahnt und zeigt, was verantwortungsvolle Unternehmensführung im digitalen Zeitalter bedeutet. In den drei Handlungsfeldern „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“ und „Umwelt und Klima schützen“ wurde der Anspruch für die nächsten Jahre definiert, verknüpft mit klaren Kennzahlen, an denen sich die Fortschritte messen lassen.

[CR-Strategie](#) ↗
[CR-Webseite](#) ↗



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Digitale OnLife Telco: von der Integration zur Transformation

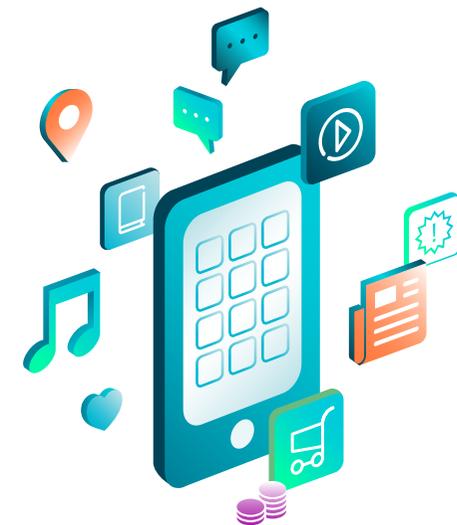
Ein Leben ohne digitale Technologien und kommunikative Vernetzung ist für uns heute nicht mehr vorstellbar. Sie verändern die Gesellschaft und das Wirtschaftsleben grundlegend. Als einer der großen deutschen Netzbetreiber mit mehr als 49 Millionen Kundenanschlüssen wollen wir auch in Zukunft Motor der Digitalisierung sein. Unsere Vision ist klar: Wir werden zur führenden digitalen OnLife Telco. Wir wollen unseren Kunden ein digitales und selbstbestimmtes Leben nach ihren eigenen Wünschen und Vorlieben bieten.

Unser Ziel erreichen wir mit einer klaren Strategie, die bislang auf drei Leitprinzipien beruht: Wir halten unser Momentum im Markt. Wir schließen die Integration der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe erfolgreich ab. Und wir treiben die digitale Transformation des Unternehmens voran. Wir haben unser Momentum im Geschäftsjahr 2016 gehalten, wesentliche Integrationsprojekte abgeschlossen und zudem wichtige Weichen auf unserem Weg zur führenden digitalen OnLife Telco gestellt.

Dank der schnellen Umsetzung der Integration können wir uns nun vor allem darauf konzentrieren, dass wir weiter unser Momentum halten und den Fokus auf die digitale Transformation des Unternehmens richten. Dazu gehören sowohl die Vereinfachung und Digitalisierung unserer eigenen Prozesse als auch die Erschließung neuer Wachstumsfelder wie Internet of Things (IoT) und Advanced Data Analytics (ADA). Gerade hier wollen wir eine Führungsrolle übernehmen und bündeln unsere Aktivitäten dafür seit 2016 in der neuen Gesellschaft Telefónica NEXT. Voraussetzung für den Erfolg innovativer Geschäftsmodelle, die das Leben unserer Kunden besser machen, ist deren Akzeptanz. Wir ermöglichen ihnen daher, digitale Anwendungen selbstbestimmt zu nutzen, und setzen uns dafür ein,

dass sie die Hoheit über ihre Daten behalten. Wir wollen unsere Kunden, Mitarbeiter und alle weiteren Stakeholder auf den Weg der Digitalisierung mitnehmen und ihnen jederzeit ein vertrauenswürdiger Partner sein.

Die Digitalisierung bringt enorme Chancen für die Gesellschaft und die Wirtschaft mit sich, stellt aber alle Beteiligten durch die tiefgreifenden Veränderungen auch vor Herausforderungen. Unser Risikomanagement sorgt dafür, diese frühzeitig zu erkennen und aktiv gegenzusteuern. Zugleich stellen wir den Risiken auch immer die Chancen gegenüber, die wir für unseren unternehmerischen Erfolg ergreifen wollen. Wegbereiter für die digitale Revolution zu sein, heißt für uns vor allem, sie verantwortungsbewusst zu gestalten. Wir wollen ihr eine Richtung geben, die die Auswirkungen für Mensch und Umwelt im Blick behält und das Wohl der Gesellschaft in den Mittelpunkt stellt.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Unser Responsible Business Plan 2020

Corporate Responsibility (CR) gehört zum Selbstverständnis der Telefónica Deutschland Group. Mit der gestärkten Position als nach Kundenzahl größter Mobilfunkanbieter in Deutschland sind die Erwartungen unserer Stakeholder weiter gestiegen, ebenso unsere eigenen Ansprüche an verantwortungsbewusstes Handeln. Es ist unser erklärtes Ziel, mit digitalen Technologien zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Dazu gehört, bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt im Blick zu behalten.

verzahnen. Auf Basis einer Analyse zur Identifikation möglicher Verbesserungspotenziale und interner Workshops mit unseren Fachabteilungen haben wir unseren Responsible Business Plan 2020 erarbeitet, der unsere Zielstellungen für die nächsten Jahre formuliert und von der Geschäftsleitung und dem Vorstand der Telefónica Deutschland Group verabschiedet wurde.



GEPRÜFT

Unternehmensverantwortung weiter im Kerngeschäft verankert



GEPRÜFT

Wir haben 2015 die Entwicklung einer ganzheitlichen CR-Strategie eingeleitet, die Corporate Responsibility auf allen Unternehmensebenen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette verankert. Damit verbunden ist die Festlegung von drei CR-Schwerpunktfeldern mit direktem Bezug zu den Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit: „Verantwortlich wirtschaften“, „Leben in der digitalen Welt stärken“ und „Umwelt und Klima schützen“. Diese haben wir mit den für unser Unternehmen wesentlichen CR-Themen im Rahmen einer Materialitätsanalyse zu einer Themenmatrix verdichtet, in der sich sowohl die Perspektiven des Managements als auch der Stakeholder widerspiegeln. Auf Basis von unternehmens-, markt- und branchenspezifischen Analysen erfolgten die Auswahl der Stakeholder und die Ermittlung der wesentlichen CR-Themen. Über diesen Prozess haben wir im [7](#) letztjährigen CR-Report ausführlich berichtet. Im Vergleich zum Vorjahr gibt es keine Änderungen.

Im Jahr 2016 haben wir unsere CR-Strategie mit dem Ziel weiterentwickelt, unser Engagement noch enger mit dem Kerngeschäft zu



Im Zentrum des Responsible Business Plan 2020 stehen die drei bereits genannten CR-Schwerpunktfelder. Für diese haben wir jeweils übergreifende Ambitionen entwickelt, die uns als wichtige Meilensteine auf unserem Weg dienen. Um unsere Ziele zu erreichen, haben CR-Abteilung und Fachabteilungen gemeinsam Commitments und aussagekräftige Leistungsindikatoren zu allen wesentlichen CR-Themen erarbeitet. Diese sind in den entsprechenden Kapiteln des vorliegenden Berichts zu finden und werden optisch besonders hervorgehoben.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Telefónicas Responsible Business Plan 2020

Unsere Zukunft. Unser Anspruch.

Verantwortlich wirtschaften

Unsere Ambition:
Wir sind ein fairer und vertrauenswürdiger Partner für unsere Stakeholder.

Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.

Wesentliche CR-Themen:

Lieferkette

Arbeitgeber

Compliance

Kunden

Leben in der digitalen Welt stärken

Unsere Ambition:
Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen.

Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.

Wesentliche CR-Themen:

Nachhaltige Innovationen

>50 Mio.

Digitale Inklusion

Datenschutz

Umwelt und Klima schützen

Unsere Ambition:
Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen.

Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

Wesentliche CR-Themen:

Energie & CO₂-Reduktion

Ressourcenschutz



Zuordnung der o.g. wesentlichen CR-Themen entlang der Wertschöpfungskette der Telefónica Deutschland Group (die im Jahr 2015 ermittelten wesentlichen Themen bleiben dieselben und wurden im Vergleich zum Vorjahr in den Responsible Business Plan integriert):
 In der Lieferkette: Arbeitsbedingungen, Compliance, Datenschutz, Energie & CO₂-Reduktion, Faire Partnerschaften in der Lieferkette
 In eigenen Geschäftstätigkeiten: Arbeitgeber, Compliance, Datenschutz, Energie & CO₂-Reduktion, Ressourcenschutz
 In Vertriebsmärkten und gegenüber Kunden: Compliance, Datenschutz, Digitale Inklusion, Energie & CO₂-Reduktion, Faire Partnerschaft gegenüber Kunden, Nachhaltige Innovationen, Ressourcenschutz

Eine ausführliche Version unseres Responsible Business Plan 2020 finden Sie online. [↗](#)



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

CR-Prozesse effizient und zielgenau steuern

Bei der Telefónica Deutschland Group sind die Verantwortlichkeiten für die CR-Steuerung klar geregelt. So entwickelt die Abteilung Corporate Responsibility die nationale CR-Strategie im Einklang mit der globalen CR-Strategie der Telefónica, S.A. Group und der deutschen Unternehmensstrategie. Sie wird von der Geschäftsleitung und vom Vorstand geprüft und freigegeben. Die CR-Abteilung übersetzt die Strategie für die Fachbereiche und Unternehmensstandorte. Sie steuert bereichsübergreifend alle CR-Aktivitäten gemäß den drei Schwerpunkten der CR-Strategie, überprüft die Zielerreichung und initiiert neue Projekte. Besonders wichtig ist dabei ein partnerschaftlicher Dialog, um die Erwartungen an unser Unternehmen, wichtige Themen und Trends aufzugreifen. Dafür steht die CR-Abteilung, ebenso wie die betreffenden Fachbereiche, im engen Austausch mit unseren Stakeholdern.

Abstimmung zwischen allen Unternehmensbereichen

Kooperation und Dialog prägen auch unsere unternehmensinternen Prozesse und stärken so den Wissenstransfer zum Thema Nachhaltigkeit. So tauscht sich die Telefónica Deutschland Group bei übergreifenden Themen im Bereich Corporate Responsibility mit der Telefónica, S.A. Group aus. In Deutschland wirken die zuständigen Fachabteilungen mit der CR-Abteilung in unterschiedlichen Gremien wie dem CR-Committee, dem Umwelt- und dem Energie-Committee zusammen und bewerten die Umsetzung von Projekten und Maßnahmen.

CR-Performance über Kennzahlen messen

Das Corporate Board stellt die oberste Management-Ebene der Telefónica Deutschland Group dar und setzt sich aus dem Vorstand sowie den Mitgliedern der Geschäftsleitung zusammen. Gemeinsam prüfen und verifizieren sie die jährlich zusammen mit den Fachbereichen festgelegten CR-Ziele. Über unternehmensweit definierte Schlüsselkennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) werden diese in unsere Steuerungsprozesse integriert. Wir haben hierzu gruppenweit Indikatoren für alle wesentlichen CR-Themen des Responsible Business Plan festgelegt.

Die Erfüllung dieser Ziele überprüfen wir in regelmäßigen Treffen mit dem Senior Management der beteiligten Fachbereiche und unserem Director Corporate Affairs, der innerhalb des Corporate Board der Telefónica Deutschland Group für CR verantwortlich ist. Die wichtigsten CR-Kennzahlen werden zudem jährlich durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft verifiziert.

Die Verwirklichung unserer Ziele ist nur gemeinsam mit unseren Mitarbeitern möglich. Wir informieren sie regelmäßig über unsere CR-Aktivitäten und beziehen sie in unser Engagement mit ein. Wichtige Partner auf dem Gebiet der Unternehmensverantwortung sind zudem unsere Lieferanten, die aus 27 Ländern auf der ganzen Welt stammen. Unser Lieferantenmanagement verankert ethische, ökologische, soziale, gesundheitliche und datenschutzrechtliche Kriterien in den Beschaffungsprozessen und gibt unseren Zulieferern somit eine klare Orientierung für eine nachhaltigere Wertschöpfung. [↗](#)



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

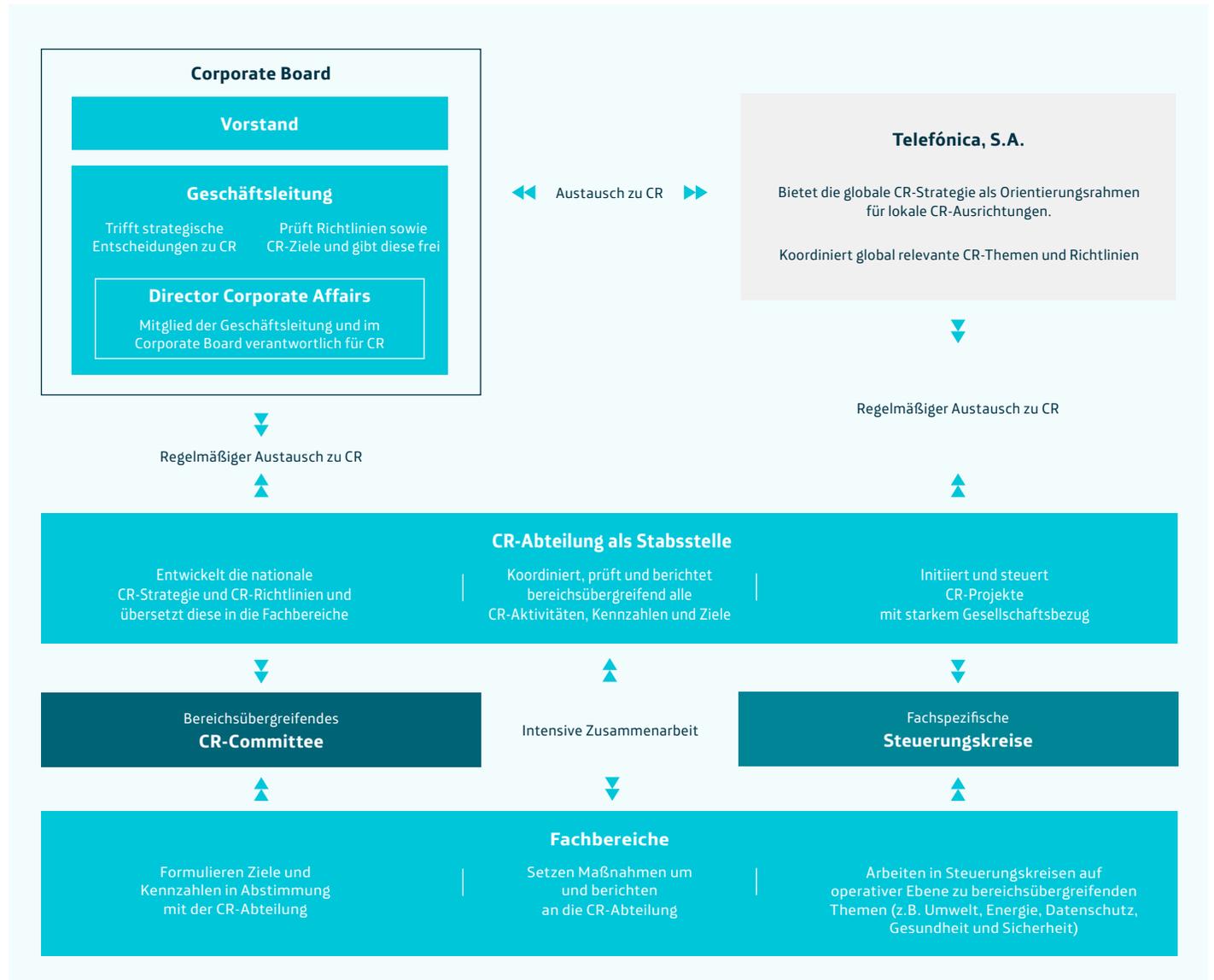
3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

CR-Steuerung bei der Telefónica Deutschland Group





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

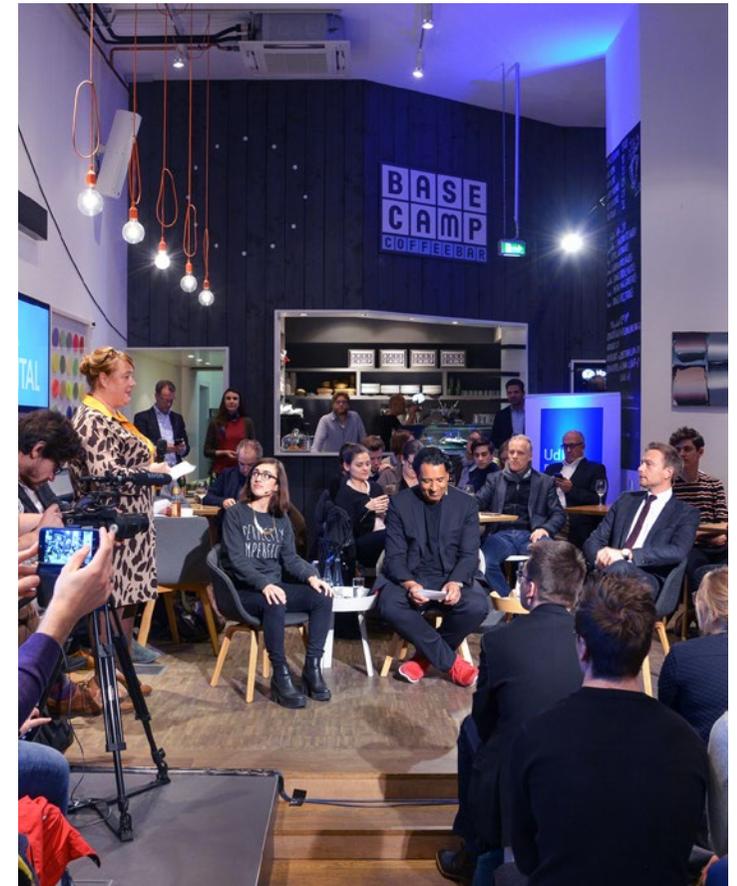
2.4 Stakeholder-Engagement

Im Dialog mit unseren Stakeholdern



Unser Ziel ist es, mit innovativen Technologien und Services das digitale Leben unserer Kunden, Partner und der Gesellschaft insgesamt zu bereichern. Dafür möchten wir mehr über ihre Wünsche und Bedürfnisse lernen. Zugleich ist es uns wichtig, die Auswirkungen unseres eigenen Handelns zu erkennen, um unser Geschäftsmodell mit dem Fokus auf den gesellschaftlichen Nutzen weiterzuentwickeln.

Wir stehen über verschiedene Kanäle in einem intensiven Austausch mit allen wichtigen Anspruchsgruppen, vor allem den Kunden, Mitarbeitern, Shareholdern, Politik, Lieferanten und Geschäftspartnern sowie Nichtregierungsorganisationen (NGOs). Die folgende Übersicht zeigt, auf welchen Wegen die Stakeholder ihre Interessen an uns heranzutragen können und wie wir mit ihnen zusammenarbeiten.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

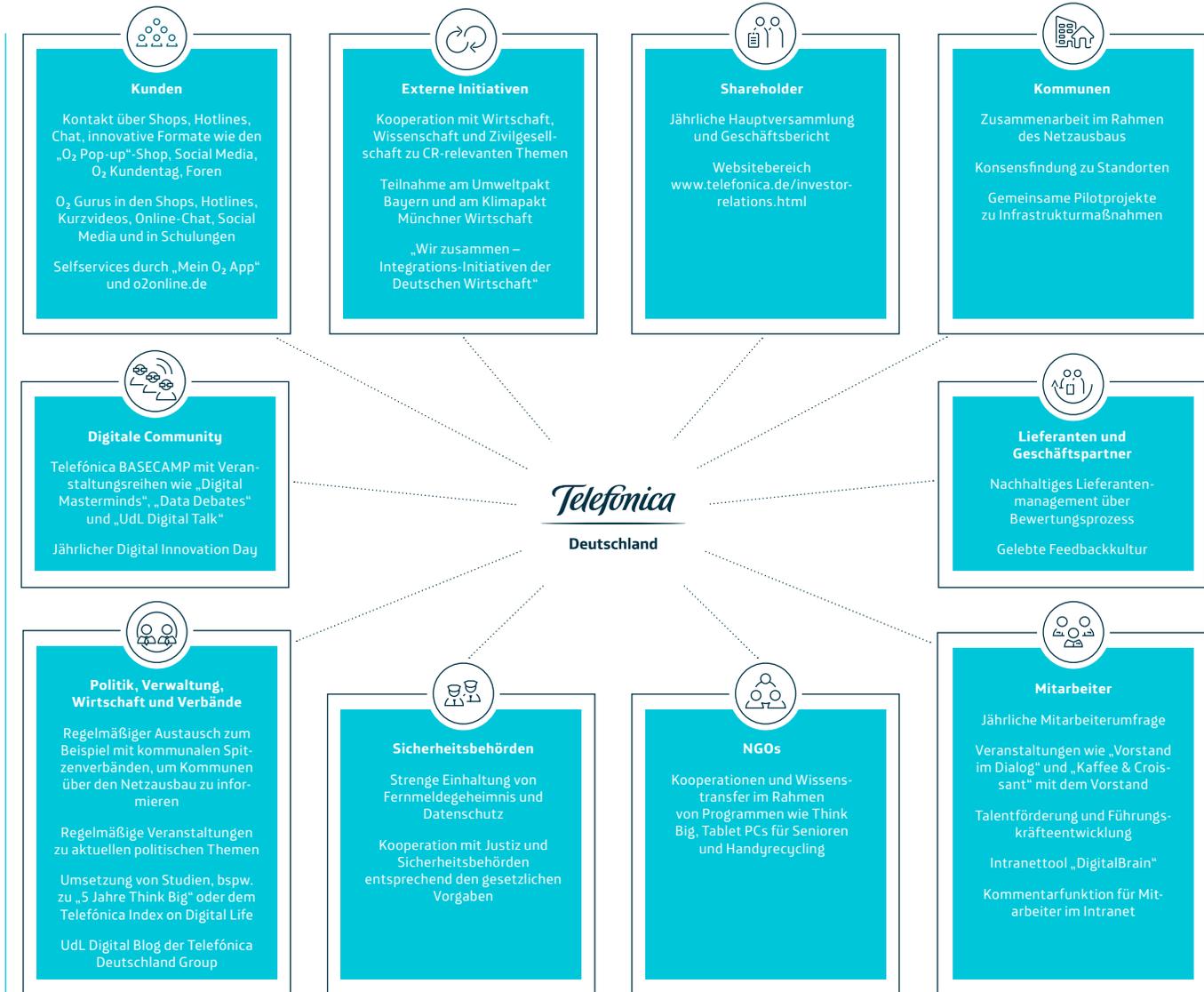
4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten



Telefónica Deutschland im Dialog mit seinen Stakeholdern



Eine Auswahl unserer Mitgliedschaften und Kooperationen finden Sie hier. [➔](#)

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

2.1 Business-Strategie

2.2 CR-Strategie

2.3 CR-Steuerung

2.4 Stakeholder-Engagement

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Mit eigenen Umfragen und Studien am Puls des digitalen Lebens

Um aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen besser verstehen und in unseren Geschäftsprozessen berücksichtigen zu können, initiieren wir Studien und Umfragen. Wertvolle Impulse haben wir etwa durch die 2016 veröffentlichte Studie [Telefónica Index on Digital Life \(TIDL\)](#) erhalten. Umfassender als jede bisherige Analyse untersucht die Meta-Studie den Entwicklungsstand der Digitalisierung rund um den Globus. Danach ist Deutschland mit Rang 5 unter den insgesamt 34 teilnehmenden Ländern bei der Digitalisierung bereits gut aufgestellt, schöpft sein Potenzial aber noch nicht voll aus. Anders als bei bisherigen Studien lag der Fokus nicht darauf, Digitalisierung lediglich anhand technischer Zugangsmöglichkeiten zu messen, sondern alternative Indikatoren wie „Digitale Offenheit“, „Digitales Vertrauen“ und „Digitales Unternehmertum“ zu nutzen.

Aufschlussreiche Resultate in puncto Kundenwünsche lieferte eine repräsentative Studie im Auftrag von O₂, die der Frage nachging, [worauf die Deutschen nicht mehr verzichten wollen](#). Zentrales

Ergebnis der Befragung von mehr als 1.000 Personen über 14 Jahre war, dass Messenger-Dienste, E-Mails, Wetterinformationen, Navigation und das Surfen im Internet heute von den meisten Smartphone-Nutzern als persönlich unverzichtbar angesehen werden und rund um die Uhr verfügbar sein sollten.

Eine weitere, von der Telefónica, S.A. Group verantwortete Studie widmete sich der Frage, wie das Internet der Dinge wirksam vor Cyber-Attacken geschützt werden kann. Die Autoren des Reports [„Reichweite, Größenordnung und Risiko wie nie zuvor: Wie man das Internet der Dinge absichert“](#) machen darauf aufmerksam, dass den Vorteilen der Vernetzung von Geräten und Produkten substanzialle Gefahren für Unternehmen und Verbraucher gegenüberstehen. Diese müssten vor allem durch einheitliche Standards und Regulierungen sowie eine engere Zusammenarbeit zwischen Entwicklern und Betreibern gebannt werden.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Verantwortlich wirtschaften



Unsere Ambition

Wir sind ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder. Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.

Wesentliche CR-Themen



Kunden



Lieferkette



Arbeitgeber



Compliance



„Libify kann Leben retten – aber nur, wenn das Notrufsystem eine direkte Verbindung zur Hilfsstelle aufbauen kann. Für sichere Kommunikation, gerade in schwierigen Situationen, sorgt die Globale Telefónica M2M-SIM-Karte.“

TIM-JULIAN HARTMANN
Geschäftsführer der Libify Technologies GmbH



Libify macht das Notrufsystem mobil. Die üblichen Lösungen funktionieren bisher nur als Hausnotruf und brauchen die entsprechende Infrastruktur in der Wohnung. Mit der Globalen Telefónica M2M-SIM-Karte kann die Libify Technologies GmbH – als Partner der Telefónica Deutschland Group – ihre IoT-Produkte nahezu auf der ganzen Welt verfügbar machen. Die Möglichkeit der Sprachkommunikation über die SIM-Karte bringt Libify-Kunden bei dieser M2M-Anwendung zusätzliche Sicherheit.

Netz und Produkte
Libify 



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Digitaler Mehrwert für unsere Kunden

Als digitale OnLife Telco stellen wir die Kunden in das Zentrum unseres Handelns. Wir wollen ihnen einen echten Mehrwert mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis bieten und sie sollen die Errungenschaften der Digitalisierung so nutzen können, wie es ihren Wünschen und Gewohnheiten entspricht. Für das beste Kundenerlebnis nehmen wir die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick: vom leistungsstarken Netz über unsere innovativen Produkte bis zum Service im Shop oder online.

Unser Commitment_ Wir bieten unseren Kunden das beste Produkt- und Serviceerlebnis, neueste Innovationen und eine moderne Netzinfrastruktur. Bis 2020 bieten wir den besten Kundenservice mit der höchsten Kundenzufriedenheit in der Branche.

Kundenzufriedenheit im Fokus

Nur durch eine hohe Zufriedenheit unserer Kunden und in fairer Partnerschaft mit ihnen sichern wir den Erfolg unseres Unternehmens und können die Entwicklung nachhaltiger Lösungen weiter vorantreiben. Unser Anspruch ist es, die Erwartungen unserer Kunden in Echtzeit zu erkennen und ihnen die passenden, für ihre Lebens- und Arbeitswelt nützlichen Produkte und Dienstleistungen zu bieten. Dafür haben wir eine Vielzahl innovativer Angebote auf den Markt gebracht, mit denen wir in Sachen Kundenorientierung eine Vorreiterrolle übernehmen.

Unsere fokussierte Mehrmarkenstrategie zielt darauf ab, die Kunden mit ihren Bedürfnissen genau dort abzuholen, wo sie sich befinden. Zugleich haben wir die Anzahl an Tarifen und Optionen so reduziert, dass ihnen ein Maximum an Transparenz und Entscheidungsfreiheit geboten wird.



O₂ FREE

Mit dem neuen Tarifportfolio O₂ Free kommen wir dem klaren Wunsch unserer Kunden nach, sich jederzeit komfortabel in der digitalen Welt bewegen zu können – ohne Sorge vor einer Drosselung auf minimale Surfgeschwindigkeit. Selbst wenn das High-speed-Datenvolumen aufgebraucht ist, sind Kunden weiter mit bis zu 1 MBit/s online und können weiter viele beliebte Anwendungen nutzen. Mit O₂ Free Business haben auch unsere Geschäftskunden die Möglichkeit, deutschlandweit und unbegrenzt mit LTE Max mit bis zu 225 MBit/s das mobile Internet zu nutzen und jederzeit arbeitsfähig zu sein, ob bei E-Mail-Versand oder Videokonferenzen.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

3.1 Kunden



SUPER-SELECT-TARIFE

Die Super-Select-Tarife sind exklusiv bei Media Markt und Saturn erhältlich und erlauben Data-Sharing mit einem gemeinsamen Datenvolumen für mehrere Personen und Endgeräte bei voller Kostenkontrolle und einer Rechnung für alle Nutzer. Zudem bieten wir unseren O₂ Prepaid-Kunden den Vorteil, nicht verbrauchtes Datenvolumen mit in den nächsten Monat zu übernehmen. Garantierte Kostensicherheit auch im Ausland genießen unsere Kunden mit der EU Roaming Flat für O₂ Tarife. Unser Redirect-Verfahren ermöglicht ihnen darüber hinaus besonders sicheres Bezahlen bei Drittanbietern über die Mobilfunkrechnung.



MEIN O₂ APP

Die neue „Mein O₂ App“ ermöglicht es unseren Kunden, einfacher, schneller und selbstständig Informationen zu Tarif und Rechnung zu erhalten und Änderungen vorzunehmen. Mit Hilfe der intuitiv funktionierenden App können Prepaid- und Vertragskunden jederzeit und überall auf ihre Vertragsdaten zugreifen, Zusatzoptionen buchen, Rechnungen einsehen, Guthabenstände prüfen oder den mobilen Datenverbrauch im Blick behalten. Zusätzlich gibt ihnen die App die Möglichkeit, Parameter wie Netzabdeckung und Surfgeschwindigkeit live zu testen.

O₂ UNITE

Mit O₂ Unite profitieren unsere Geschäftskunden von einem vereinfachten und transparenten Kontingenttarif, bei dem alle Mitarbeiter eines Unternehmens ein bestimmtes Volumen an Gesprächsminuten, mobilen Daten und SMS zur Verfügung haben. Die Lösung Digital Phone von O₂ dient als Cloud-Telefonanlage. Hier sind alle Mitarbeiter überall auf der Welt mit derselben Festnetznummer erreichbar und mit einem Zugang zum Internet ausgestattet. Die innovativen Angebote von Telefónica NEXT im Bereich IoT und Advanced Data Analytics stärken zusätzlich die Partnerschaft mit unseren Geschäftskunden.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

3.1 Kunden

360°-Kundendialog: online und direkt vor Ort

Für faire Partnerschaft und größtmögliche Entscheidungsfreiheit steht auch unser ganzheitliches Serviceangebot auf allen Kanälen, über die uns die Kunden erreichen können. Immer mehr von ihnen erwarten heute, dass die Lösung ihres Anliegens am besten nur einen Klick entfernt ist. Daher passen wir uns ihren Erwartungen an eine kundenorientierte Digitalisierung der Dialogformate an und richten den Fokus noch stärker auf den digitalen Selfservice sowie die bestmögliche Qualität jedes einzelnen Kundenkontakts. Bereits heute nutzen die Kunden die vielfältigen Möglichkeiten, um sich mit uns oder untereinander online auszutauschen: über das O₂ Kundenforum, Social Media, Videos, Chat oder das neue Online-Magazin YouCanDo.

Wichtiger Ankerpunkt für den Kundendialog sind unsere eigenen O₂ Shops sowie unsere Partner-Shops. Mit der schrittweisen Ausweitung des neuen Shop-Konzepts im Format „Store of the Future“ laden wir unsere Kunden ein, die vielfältigen Möglichkeiten der digitalen Welt mit Live-Geräten vor Ort zu entdecken. Außerdem vermitteln unsere O₂ Gurus persönlich in den Shops und im Netz die wichtigsten Trends und Tricks für das digitale Leben. [➤](#)

Im März 2016 haben wir zum ersten Mal einen O₂ Kundentag in der Telefónica Firmenzentrale in München durchgeführt. Dabei konnten unsere Kunden einen exklusiven Blick hinter die Kulissen werfen und sich persönlich von unseren Servicemitarbeitern und O₂ Gurus rund um die Themen Mobilfunk, DSL, Smartphones und Apps beraten lassen. Für die Zukunft planen wir, den O₂ Kundentag auch in anderen Städten stattfinden zu lassen.



Gezielte Maßnahmen gegen Überlastung bei Kunden-Hotline

Die Umstellung der ehemaligen BASE- und E-Plus-Verträge auf die Marke O₂ hat 2016 zeitweise zu einem erhöhten Informationsbedarf mit längeren Wartezeiten auf unserer O₂ Kunden-Hotline geführt. Daraus haben wir umgehend Konsequenzen gezogen und Maßnahmen zur Gewährleistung der gewohnten Servicequalität ergriffen. Dazu zählten beispielsweise die Aufstockung der Personalkapazitäten um bis zu 30% für die Servicekanäle (Kunden-Hotline, Online-Chat und Social Media) und die umfassende Optimierung des Hilfebereichs auf der O₂ Website.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Verantwortung und Partnerschaft in der Lieferkette



Die Telefónica Deutschland Group verpflichtet sich zu einem nachhaltigen Beschaffungs- und Lieferantenmanagement entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette mit rund 780 Lieferanten aus insgesamt 27 Ländern. Um dies gewährleisten zu können, stellen wir hohe Anforderungen an die Verantwortung unserer Lieferanten und fördern dabei nicht nur die Einhaltung von Qualitätsstandards bei den Produkten und Dienstleistungen, sondern auch ethische, soziale, ökologische und datenschutzbezogene Aspekte. Mit unseren Lieferanten verbinden uns partnerschaftliche und langfristig orientierte Beziehungen und das gemeinsame Engagement für eine hohe Effizienz unserer Prozesse.

Unser Commitment_ Wir fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement. Bis 2020 werden wir in 100% der Einkaufsvorgänge mit unseren wichtigsten Lieferanten CR-Kriterien berücksichtigen.

Die Zuständigkeit für den Einkauf der meisten Waren und Dienstleistungen liegt bei der Telefónica Global Services GmbH (TGS), einem Tochterunternehmen der Telefónica, S.A. Group. Bei den Themen Nachhaltigkeit und Compliance in der Lieferkette arbeiten die Abteilungen Corporate Responsibility, Compliance, Legal und Datenschutz der Telefónica Deutschland Group mit der TGS zusammen und definieren die Vorgaben für die Tätigkeit der TGS.

Wir teilen die von uns bezogenen Waren und Dienstleistungen in sieben Produktgruppen ein:

01

Netzwerk-Infrastruktur
(z.B. Schaltsysteme, Leitungen, Elektrizitätssysteme)

02

Dienstleistungen und Betriebsarbeiten (z.B. technischer Support, Gebäudemanagement, Logistik und Vertrieb)

03

Marktprodukte
(z.B. Büromaterialien, Call-Center-Systeme, Möbel)

04

Informationswesen (z.B. Computer-Infrastruktur, Datenübertragungssysteme, technischer Support)

05

Werbung und Marketing
(z.B. Marktforschung, Sponsoring, Messen)

06

Inhalte
(z.B. Konzeptionen, Strategieberatung)

07

Mobilität
(z.B. Mobiltelefone und dazugehörige Accessoires)



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

3.2 Lieferantenmanagement

Supply Chain Sustainability Policy an neue Herausforderungen angepasst



Basis für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ist die [Supply Chain Sustainability Policy](#), die als Verhaltenskodex für die Lieferanten dient. Die Richtlinie folgt unseren Geschäftsgrundsätzen, die einen einheitlichen Handlungsrahmen für die Beziehungen zu unseren Interessengruppen bildet und unsere Verpflichtung zu einem nachhaltigen Lieferantenmanagement bekräftigt. Die Supply Chain Sustainability Policy orientiert sich an den wichtigsten internationalen Verträgen und Standards wie der UN-Menschenrechtscharta, den Abkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), den Richtlinien der OECD und den ISO-Normen. Sie unterstreicht zudem unser Bekenntnis zu aktuellen globalen Rahmenwerken wie den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und den Sustainable Development Goals.

Im Jahr 2016 haben wir die Supply Chain Sustainability Policy komplett überarbeitet, indem wir wichtige bestehende Themen aktualisiert und neue Aspekte aufgenommen haben, beispielsweise Datenschutz und Antikorruption.

Jeder unserer Lieferanten soll künftig zur Umsetzung dieser Mindestanforderungen verpflichtet werden und hat diese an seine Subunternehmer weiterzugeben. Die Einhaltung der Prinzipien muss von den Lieferanten jederzeit nachgewiesen werden können.

Die neue Supply Chain Sustainability Policy werden wir im Jahr 2017 implementieren und schrittweise an alle Lieferanten kommunizieren. Sie wird bei allen erworbenen Produkten und Dienstleistungen angewendet werden, auch bei denen unserer Tochtergesellschaften und unabhängig von [Geschäftsfeld](#) und Standort. Sie wird unsere gesamte Lieferkette einbeziehen. Parallel arbeiten wir an einer internen Umsetzungsrichtlinie, welche die entsprechende Anpassung der Einkaufsprozesse der TGS, der Fachabteilungen, der CR-Abteilung sowie der Lieferantenkontrakte ab dem Jahr 2017 einleiten wird und bis 2020 abgeschlossen sein soll.



GEPRÜFT

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

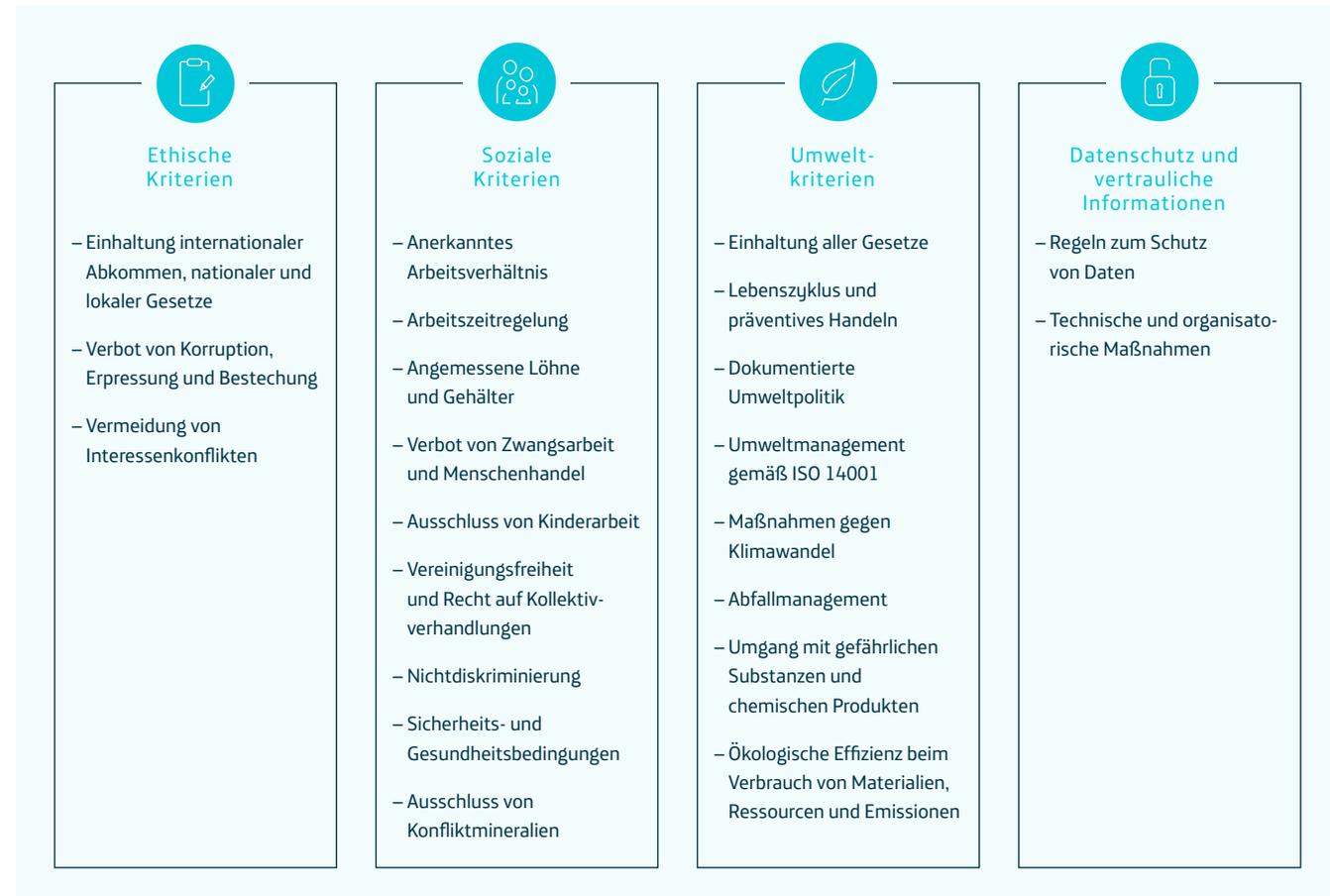
3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

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



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten



Menschenrechte im Fokus

In unseren Regelwerken haben wir die Prinzipien zur Achtung und Verteidigung der Menschenrechte fest verankert. So bekennen wir uns in den Geschäftsgrundsätzen zur Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen sowie zu den Erklärungen der International Labour Organisation. Wir treten für Chancengleichheit ein und behandeln alle Menschen gleich ohne jegliche Vorurteile bezüglich Rasse, Hautfarbe, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Geschlecht oder sexueller Orientierung. Zudem tolerieren wir keinerlei Form von Kinder- oder Zwangsarbeit und garantieren das Recht auf Zugehörigkeit zu einer gewerkschaftlichen Organisation. Die Einhaltung der Vorgaben steuern wir über ein integriertes Compliance-System.

Unsere Lieferanten nehmen wir beim Thema Menschenrechte mit in die Verantwortung. Diese Haltung bestätigt auch unsere Wesentlichkeitsanalyse, die auf diesem Gebiet Herausforderungen vor allem in der vorgelagerten Lieferkette festgestellt hat. Mit unseren Aktivitäten für eine nachhaltigere Lieferkette kommen wir unserer Sorgfaltspflicht bei der Einhaltung der Menschenrechte nach. So haben wir das Thema in der neuen Supply Chain Sustainability Policy und bei der 2016 durchgeführten Risikoanalyse im Lieferantenmanagement gezielt adressiert. Unser Engagement bekräftigen wir durch die Mitarbeit in Brancheninitiativen, wie etwa über die Telefónica, S.A. Group bei der Joint Audit Cooperation.

Risikoanalyse unserer Lieferanten durchgeführt

2016 haben wir eine umfassende Risikoanalyse der von uns bezogenen Waren und Dienstleistungen durchgeführt und uns dabei auf die wichtigsten Lieferanten, gemessen an Risiko und Beschaffungsvolumen, konzentriert. Wir haben bei allen Produktgruppen und deren Untergruppen die globalen und branchenrelevanten Risiken im Hinblick auf CR-Themen bewertet. In diesem Rahmen wurden 586 Lieferanten analysiert, von denen 112 ein potenziell erhöhtes Risiko aufweisen, ohne dass hier allerdings Verstöße bekannt geworden sind. Zu den Hauptrisiken zählten Arbeitsbedingungen, Sicherheit und Gesundheit, Umweltschutz, Menschenrechte und Konfliktminerale. Geringere Risiken lagen in den Bereichen Kundenversprechen und Datenschutz vor. Die Lieferanten mit einem potenziell erhöhten Risiko werden wir, in Abstimmung mit der Telefónica, S.A. Group, sukzessive auffordern, uns über das Lieferantenportal EcoVadis Selbstauskünfte zu erteilen. Die Risikoanalyse unserer Lieferanten werden wir von nun an alle zwei Jahre wiederholen. Zudem wollen wir bis zum Jahr 2020 ein System zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance der Lieferanten mit erhöhtem Risiko aufbauen.

Zusätzlich haben wir im Jahr 2016 mit einem Compliance Risk Assessment unsere bestehenden Richtlinien und Prozesse in der Lieferkette überprüft und werden daraus gemeinsam mit Telefónica Global Services (TGS) Maßnahmen zur weiteren Risikominimierung ableiten. Die Umsetzung der Global-Anti-Corruption-Richtlinie ist in Abstimmung mit TGS im Jahr 2016 erfolgt. Sie sieht eine verpflichtende Erklärung zur Einhaltung der Antikorruptionsgesetze für alle Lieferanten über den Registrierungsprozess auf unserer Ausschreibungsplattform vor und ergänzt die lokalen Vorgaben.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Nachhaltige Kriterien im Einkauf weiterentwickelt



Wir versorgen die Einkäufer mit den wesentlichen Informationen zum nachhaltigen Lieferantenmanagement, etwa der neuen Supply Chain Sustainability Policy.

Für das Lieferantenmanagement nutzen wir mit SUMA (Supplier Management) ein standardisiertes Tool als Bewertungssystem. Mit dessen Hilfe beurteilen wir ausgewählte Lieferanten nach Kosten- und Qualitätskriterien sowie sozialem, ökologischem und ökonomischem Engagement. Die nachhaltigkeitsbezogenen Maßstäbe werden von uns kontinuierlich geprüft und weiterentwickelt, so etwa hinsichtlich des Energiemanagements analog der Norm ISO 50001. 2016 haben wir 43 Zulieferunternehmen im Rahmen des SUMA-Prozesses evaluiert, der zugleich ein wichtiges Element unseres nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifizierten Qualitäts- und Umweltmanagements ist. Nach der Bewertung legen wir in enger Zusammenarbeit mit den Fachbereichen und den Lieferanten Verbesserungsmaßnahmen fest und halten diese konsequent nach. Mit SUMA geben wir unseren Partnern Anreize zu einem nachhaltigeren Handeln, da deren Leistung auf diesem Gebiet über die Auftragsvergabe mitentscheidet.

Unseren Lieferanten und ihren Mitarbeitern steht bei Fragen oder Beschwerden eine Anlaufstelle in unserem [Lieferantenportal](#) zur Verfügung, die bei Bedarf auch anonym genutzt werden kann.

Kooperation auf Branchenebene ausgebaut

Gemeinsam mit der Telefónica, S.A. Group engagieren wir uns in zahlreichen internationalen Brancheninitiativen und fördern den Multi-Stakeholder-Dialog im Interesse von mehr Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette. Dazu zählen die Mitgliedschaften in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI), der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) und der Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA). Seit dem Jahr 2016 haben wir unser Engagement weiter ausgebaut und gehören über die Telefónica, S.A. Group der Joint Audit Cooperation (JAC) an, einem Zusammenschluss der weltweit größten Telekommunikationsunternehmen. Ziel der JAC ist es, gemeinsame Ressourcen und Erfahrungen zu nutzen, um Unternehmensverantwortung in der Lieferkette zu stärken. So bündelt JAC beispielsweise global für alle Mitgliedsunternehmen die Durchführung von Lieferantenaudits.





„Ich wünsche mir von meinem Arbeitgeber Vertrauen und den Freiraum, um zu einem echten Intrapreneur zu werden. Ich möchte den Status quo mit innovativen Ideen herausfordern können und so die digitale Zukunft mitgestalten.“

KATHARINA KREMSREITER

Onlife Graduate bei der Telefónica Deutschland Group



Initiative ergreifen, eigene Ideen einbringen, strategisch und unternehmerisch denken – das gehört zu den Kernkompetenzen, die junge Talente mitbringen müssen, um bei der Telefónica Deutschland Group die Welt von morgen mitzugestalten.

Das Angebot „Onlife Graduates“ für Bachelor- und Master-Absolventen ist daher auch kein gewöhnliches Traineeprogramm. Junge Akademiker erhalten hier die Möglichkeit, gemeinsam mit anderen Programmteilnehmern eine eigene Start-up-Idee zu entwickeln – die Telefónica Deutschland Group bildet hier die nächsten digitalen Rockstars aus.

Arbeitgeber
Onlife Graduates 




1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Attraktiver Arbeitgeber im digitalen Zeitalter

Fairness und Partnerschaft prägen unseren Umgang mit den Mitarbeitern der Telefónica Deutschland Group. In unseren Geschäftsgrundsätzen ist festgelegt, wie wir uns verhalten – bei allem, was wir tun. Wir gestalten optimale Arbeitsbedingungen mit einem flächendeckenden Gesundheitsmanagement, leistungsgerechter Vergütung und attraktiven Karrierechancen. Bei der Mitarbeiterentwicklung und Neubesetzung von Stellen achten wir auf Vielfalt und Chancengleichheit. Zudem kommunizieren wir offen, transparent und verständlich mit unseren Beschäftigten. Wir verhalten uns respektvoll und wertschätzend, achten ihre Interessen und pflegen den vertrauensvollen Austausch und Dialog.

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



GEPRÜFT

Unsere Personalstrategie folgt unserer Unternehmensstrategie der digitalen Transformation und konzentriert sich auf die Themen Kompetenzen, Begabungen und Führung. Damit verknüpfen wir das Ziel, die besten Mitarbeiter zu gewinnen und ihre Fähigkeiten so zu entwickeln, dass unser Unternehmen auch zukünftig Erfolg hat. Die übergeordnete Verantwortung für den Personalbereich trägt der Director Human Resources, der im Berichtsjahr 2016 direkt an den Chief Operating Officer berichtete und seit dem 1. Januar 2017 direkt an den Chief Executive Officer. Das Gesundheitsmanagement der Telefónica Deutschland Group hat das Ziel, das Bewusstsein für

eine gesunde Lebens- und Arbeitsweise bei unseren Mitarbeitern und somit ihre Beschäftigungsfähigkeit zu stärken. Unser Augenmerk liegt hierbei auf optimalen individuellen Arbeitsbedingungen und -fähigkeiten sowie auf der ausgewogenen Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter.

Jährliche Mitarbeiterumfrage zeigt genaues Stimmungsbild

Unserem Anspruch folgend, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle, moderne Arbeitsplatzkonzepte, Zuschüsse zur Altersvorsorge sowie Vergünstigungen im öffentlichen Nahverkehr oder bei Versicherungsverträgen. Wir messen regelmäßig die Mitarbeiterzufriedenheit. Einmal im Jahr führen wir eine Mitarbeiterumfrage durch, um das Engagement der Mitarbeiter und das allgemeine Betriebsklima zu messen. Anhand der anonymisierten Ergebnisse leiten die Teams und Fachbereiche eigenständig Verbesserungsmaßnahmen ab. Das Ergebnis im Jahr 2016 mit 61 Punkten (2015: 67 Punkte) zeigt: Trotz der Herausforderungen des Zusammenschlusses können wir auf die Motivation unserer Mitarbeiter zählen, denn 76 % der Umfrageteilnehmer sehen sich voller Energie und wollen das Beste geben.



GEPRÜFT



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Integrationsprozess auf gutem Kurs

Die neue Telefónica Deutschland Group setzt auf Vereinfachung und Digitalisierung ihres Geschäftsmodells, um in allen Bereichen schlanke und effiziente Strukturen aufzubauen. Während des Berichtszeitraums 2016 waren im Unternehmen 8.843 Mitarbeiter beschäftigt, davon 8.096 unbefristete Festangestellte¹. Bis Ende 2018 gilt ein Rahmensozialplan mit Abfindungsprogramm, den wir im Rahmen der Integration der E-Plus Gruppe für den Abbau von 1.600 Stellen eingeführt haben. Ende 2016 war dies zu rund 80 % umgesetzt. Dabei handelt es sich vielfach um die Reduktion von Doppelfunktionen. Betriebsbedingte Kündigungen wollen wir auch zukünftig vermeiden.

Bei allen Integrationsprozessen informieren wir unsere Mitarbeiter stets proaktiv und zeitnah über Veränderungen. Wir befähigen unsere Führungskräfte, die Prozesse verantwortungsbewusst zu begleiten und durchzuführen. In diesem Zuge haben wir Trainings angeboten, in denen die Führungskräfte bestmöglich auf sensitive Gespräche mit Mitarbeitern vorbereitet werden. Diese Trainings wurden von den Teilnehmern mit der Note 1,4 bewertet. Zudem haben wir Mitarbeitern mit der Reihe „Pragmatisch Sofort“ Tipps und Tricks an die Hand gegeben, um mit den Herausforderungen des Zusammenschlusses umzugehen. Diese Trainingsreihe erreichte mehr als 600 Teilnehmer, die gleichfalls positive Bewertungen abgaben (Durchschnittsnote 1,5).

Zukunftsorientierte Personalentwicklung mit digitalem Schwerpunkt

Wir bauen unser System der Aus- und Weiterbildung mit gezielten Programmen zur Talentförderung und Führungskräfteentwicklung aus. 2016 gab es 7.177 Teilnahmen an unseren Trainings, die zusammen einen Umfang von insgesamt 69.348 Weiterbildungsstunden hatten. 83 Auszubildende im kaufmännischen und technischen Bereich sind bei uns in ihr Berufsleben gestartet. Die Übernahmequote bei unseren Auszubildenden war 2016 hoch: Fast 80 % von ihnen haben wir übernommen, zunächst mit einem Einjahresvertrag. Für 2017 planen wir die Einführung eines dualen Master-Studiums. Zudem bieten wir an der Universitat Telefónica in Barcelona ein breit gefächertes Kursprogramm mit internationaler Ausrichtung an, das bis zu einer zehnmonatigen Weiterbildung nach MBA-Vorbild reicht, wahlweise als Fern- oder Präsenzstudium.

Neu ist auch unser Ende 2016 gestartetes Onlife Graduates Programm, das 13 junge Bachelor- und Master-Absolventen als Trainees durchlaufen. Die „Onlife Graduates“ entwickeln mit anderen Programmteilnehmern eigene Start-up-Ideen und werden dabei von erfahrenen Führungskräften begleitet. Im gleichen Jahr haben wir eine Partnerschaft mit Udacity aus dem kalifornischen Silicon Valley geschlossen, einem der führenden Anbieter von Online-Weiterbildungskursen. Wir erwarten uns davon einen wichtigen Schub beim Aufbau digitaler Kompetenzen, etwa in den Bereichen Data Analytics und Machine Learning sowie Web und Mobile Development.



GEPRÜFT

¹ Ohne Werkstudenten, Diplomanden und Praktikanten, aber inkl. Aushilfen und Auszubildenden; ohne Telefónica Global Roaming (TGR) und Telefónica Global Services (TGS).

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

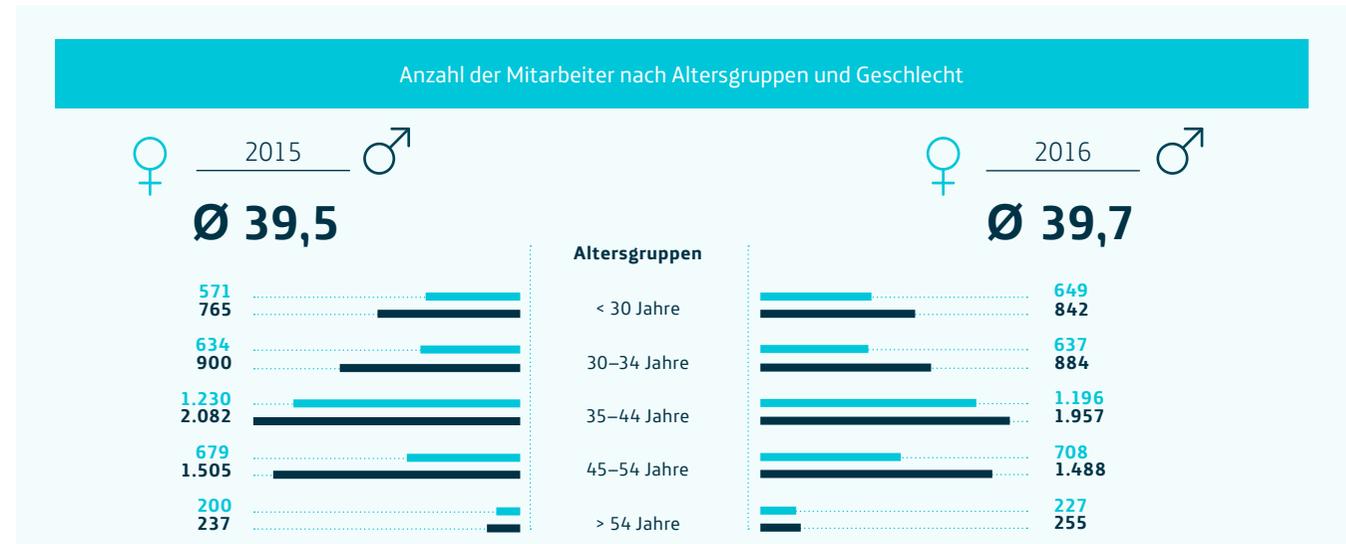
4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten



Mitarbeiter nach Altersgruppen und Geschlecht





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten



GEPRÜFT

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

Mit dem modernen Netzwerk DigitalBrain erleichtern wir unseren Beschäftigten das tägliche Arbeiten. Das mehrfach ausgezeichnete Wissensmanagement-System ist komplett in das Intranet eingebunden und verknüpft Experten und Wissen im Unternehmen. Es steht allen Mitarbeitern unabhängig von Standort, Organisation oder Hierarchie zur Verfügung. Damit möchten wir die Kultur der Zusammenarbeit fördern und zeigen, welchen Mehrwert digitale Technik auch innerhalb des Unternehmens schafft.

Führungskräfte für neue Aufgaben fit machen

Das digitale Zeitalter stellt neue Anforderungen an unsere Führungskräfte, denn der Arbeitsalltag wird virtueller, schneller, komplexer und flexibler. Auf globaler Ebene wurden in allen Landesgesellschaften die Kernkompetenzen der Führungskräfte identifiziert, die es zu stärken gilt, vor allem „Digitale Erfahrungen“, „Transformationale Kompetenzen“ und „Lernagilität“. Darauf aufbauend wurden 2016 individuelle Entwicklungspläne im Rahmen sogenannter Digital Development Festivals umgesetzt und Führungskräfte über Workshops, Webinare und digitale Lernreisen weiter qualifiziert.

Für neue Führungskräfte gibt es seit 2016 ein spezifisches Entwicklungsangebot. Es besteht aus vier Modulen und thematisiert neben Führungsgrundlagen wie Kommunikation, Arbeitsrecht und BWL-Kenntnissen auch das Thema Führung im digitalen Zeitalter. Seit der Einführung im Juni 2016 hat die Mehrheit der Führungskräfte das Angebot wahrgenommen.

Angesichts der besonderen Herausforderungen des Transformationsprozesses der Telefónica Deutschland Group haben wir unsere Führungskräfte durch zusätzliche Trainings befähigt, die neuen Teams mit ihren veränderten Aufgaben erfolgreich durch den Prozess zu führen und ihr Führungsverhalten dabei reflektieren zu können.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

Vielfalt engagiert fördern



Wir begreifen Vielfalt in der eigenen Belegschaft als Chance und Potenzial für eine erfolgreiche Zukunft und haben sie in unseren Geschäftsgrundsätzen als Prinzip verankert. Zudem sind wir seit 2007 Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“. Bei uns sind Mitarbeiter aus über 70 Nationen vertreten, für die einheitliche Richtlinien in Bezug auf faire und gleiche Bezahlung sowie Beförderung gelten. Bereits seit 2010 initiieren unsere Diversity-Beauftragten Programme zur Förderung von Frauen in Führungspositionen und fördern die Umsetzung freiwilliger Quoten in Gremien und Unternehmensbereichen. Seit 2011 verpflichten wir uns mit der Unterzeichnung des Memorandums für Frauen in Führung zu Fortschritten auf diesem Gebiet. Mit Erfolg, wie das hohe Ranking der Telefónica Deutschland Group im German Gender Index börsennotierter Unternehmen in Deutschland zeigt. Im Jahr 2016 war ein Mitglied des dreiköpfigen Vorstandes weiblich und fünf von 16 Mitgliedern im Aufsichtsrat. Seit 2017 besteht der Vorstand aus zwei Mitgliedern, von denen eines weiblich ist. Damit liegen wir über dem von der Bundesregierung definierten Ziel von über 30% weiblichen Aufsichtsräten bei deutschen Aktiengesellschaften. Insgesamt beschäftigten wir im Berichtsjahr 3.417 Frauen im Unternehmen – rund 39%.



Mitarbeiter aus über
70 Nationen

Beruf und Familie in Einklang bringen

Wir ermöglichen allen Mitarbeitern, den Beruf mit ihrem Familien- und Privatleben zu vereinbaren. Konkrete Unterstützung bieten wir durch die Option auf Home-Office, flexible Arbeitszeiten und Betreuungsangebote für Familien über das Portal www.famPLUS.de oder im Rahmen firmeneigener Kitas in München und Düsseldorf. Von den 752 Mitarbeitern, die Elternzeit genommen haben, kehrten 2016 93% an ihren Arbeitsplatz zurück. Unsere Mitarbeiterinitiative „Working Moms and Dads“ organisiert gemeinsam mit unserem Gesundheitsmanagement, neben anderen Aktivitäten, einen jährlichen Kindertag im Unternehmen. Erweitert wird unser Angebot seit 2016 durch einen neuen Familienservice namens „famPLUS“, der deutschlandweit verfügbar ist und Beratung und Betreuung in vielen Lebenssituationen bietet.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten



Kennzahlen zur Elternzeit bei der Telefónica Deutschland Group



- 1 Frauen mit mehrfachen Einträgen wurden jeweils als einzelne Elternzeiter betrachtet, Männer mit doppelten Einträgen wurden als einfache Elternzeiter eingerechnet, bei mehr als zwei Einträgen bei Männern wurde individuell entschieden. Elternzeiter in Teilzeit werden als aktive Mitarbeiter betrachtet.
- 2 Angaben wurden im Vergleich zum CR-Report 2015 aufgrund veränderter Datenerfassung und -definitionen geringfügig angepasst. Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.
- 3 Es wurden diejenigen Mitarbeiter berücksichtigt, die im Vorjahr aus der Elternzeit zurückgekehrt sind und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr noch im Unternehmen beschäftigt sind. Angaben wurden im Vergleich zum CR-Report 2015 aufgrund veränderter Datenerfassung und -definitionen geringfügig angepasst. Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Gesundheitsmanagement weiter gestärkt

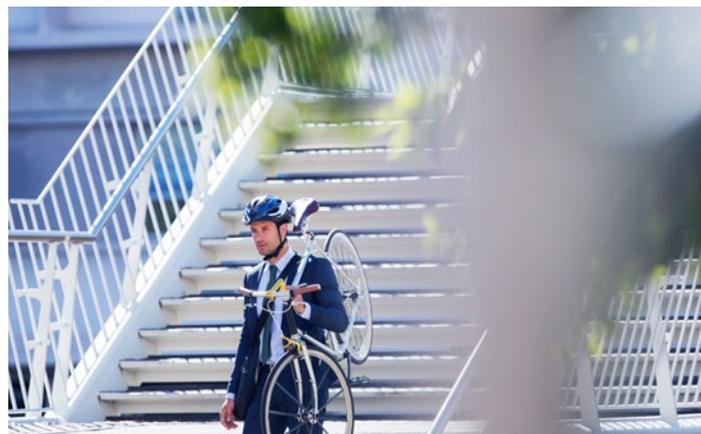


Wir übernehmen Verantwortung für die betriebliche Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter und haben unser Gesundheitsprogramm im Jahr 2016 auf alle Standorte ausgeweitet. Unser integriertes Gesundheitsmanagementsystem legte 2016 den Schwerpunkt auf Burn-out-Prävention, die Unterstützung bei sportlichen Aktivitäten sowie das betriebliche Eingliederungsmanagement nach längerer krankheitsbedingter Abwesenheit. Im Bereich Gesundheitsmanagement wurde im Februar 2017 ein Set aus Zielen und zugehörigen Kontrollkennzahlen durch das Corporate Board verabschiedet. Im Berichtsjahr wurden im Unternehmen 16 Arbeitsunfälle und 153 dadurch bedingte Ausfalltage verzeichnet. Dies bedeutet einen Rückgang um 11 % bzw. 23 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Anzahl der absolvierten Trainingsstunden zu Gesundheitsthemen lag im Jahr 2016 bei rund 4.100.

Darüber hinaus haben wir 2016 das Employee-Assistance-Programm gestartet, das unseren Beschäftigten zu privaten oder beruflichen Konfliktthemen qualifizierte externe Beratung bietet. Eine neue Richtlinie für das Gesundheitsmanagement in Anlehnung an DIN EN ISO 45001:2016 wurde erarbeitet („Handbuch integriertes Gesundheitsmanagement“). Das 2015 etablierte Health Forum steuert in der gesamten Gruppe Gesundheits- und Sicherheitsthemen und arbeitet als betriebliches Kontrollgremium. Es ist interdisziplinär zusammengesetzt, insbesondere aus Mitgliedern des Arbeitgebers sowie der Arbeitnehmervertretungen, um ein einheitliches Vorgehen zu gewährleisten.



GEPRÜFT





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Compliance sichert integriertes Handeln

Unser Ziel ist es, die Vertrauenswürdigkeit unseres Unternehmens zu bewahren und zu stärken, denn das integrierte und verantwortungsbewusste Handeln aller Mitarbeiter schafft die Grundlage für eine hohe Reputation der Telefónica Deutschland Group.

Unser Commitment_ Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertevorstellungen. Bis 2020 streben wir eine extern anerkannte Zertifizierung unseres Compliance-Management-Systems an.

Ethische Prinzipien und Standards unternehmensweit verankert



Die Basis unseres unternehmerischen Handelns ist die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, internationaler Standards und unserer internen Richtlinien. Dazu gehören unsere eigenen Geschäftsgrundsätze und die der Telefónica, S.A. Group, welche auf der UN-Menschenrechtscharta und den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) basieren. Zu diesen Werten verpflichten wir uns ebenso wie zu einer effizienten, nachhaltigen und transparenten Unternehmensführung. Neben geltenden Gesetzen, Standards und eigenen Grundsätzen befolgen wir den Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK), der Vorgaben und Empfehlungen für die Überwachung und Leitung von Unternehmen enthält. So berichten Vorstand und Aufsichtsrat der Telefónica Deutschland Holding AG im Corporate-Governance-Bericht über die Corporate Govern-

ance im Unternehmen. Den Bericht und unsere Entsprechenserklärung zu den Richtlinien des DCGK wie auch unsere Erklärung zur Unternehmensführung veröffentlichen wir im Geschäftsbericht.

Unsere Prinzipien leiten uns nicht nur bei der Gestaltung von Arbeitsprozessen, sondern auch beim Umgang mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Aktionären und weiteren Stakeholdern. Unsere Geschäftsgrundsätze setzen Maßstäbe für die Teilnahme am Geschäftsleben. Sie bieten zudem gezielte Unterstützung bei rechtlichen oder ethischen Interessenkonflikten und fördern integriertes und professionelles Verhalten. Um die Vorgaben für den täglichen Gebrauch zu konkretisieren, haben wir klare interne Leitlinien aufgesetzt, insbesondere für die Themenbereiche Antikorruption, Wettbewerbsrecht und Schutz vertraulicher Informationen sowie den Umgang mit Geschenken und Einladungen. Es obliegt den jeweiligen Vorgesetzten, die Einhaltung der Vorgaben in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich zu kontrollieren, dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Abteilungen Interne Revision, Recht und Personal. Die Compliance-Abteilung steht beratend zur Seite. Sind Verstöße festzustellen, werden diese konsequent nachverfolgt und geahndet.

Der Director Compliance, Corporate Security, Data Protection trägt im Unternehmen die Gesamtverantwortung für Compliance. Vorstand und Aufsichtsrat werden regelmäßig über die Compliance-Aktivitäten, einschließlich der Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems (CMS), informiert. Das CMS ist Bestandteil des Prüfungsplanes unserer internen Auditabteilung. Bis zum Jahr 2020 streben wir eine externe Zertifizierung des CMS nach dem IDW-Prüfungsstandard 980 an.



GEPRÜFT

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

3.1 Kunden

3.2 Lieferantenmanagement

3.3 Telefónica als Arbeitgeber

3.4 Compliance

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Verstößen durch Schulung und Information vorbeugen



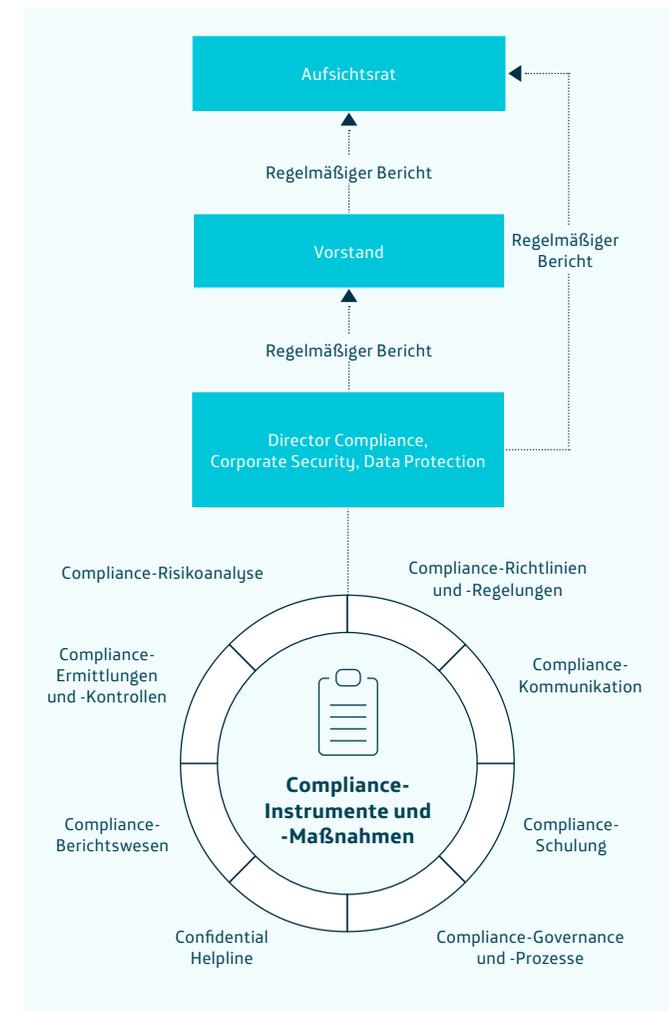
Um Verstöße gegen die Vorgaben und die daraus folgenden Risiken bereits im Vorfeld zu vermeiden und zu minimieren, legen wir besonderen Wert auf die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter. Dazu dient ein umfassendes Schulungsprogramm in Form von Online-Trainings. Jeder Mitarbeiter ist verpflichtet, an einem Training zu unseren Geschäftsgrundsätzen teilzunehmen und dieses alle drei Jahre zu wiederholen. Von 2014 bis 2016 wurden fast 83 % unserer festgestellten Mitarbeiter zu den Unternehmensgrundsätzen sowie zu den Aspekten Bestechung und Antikorruption geschult. Im Jahr 2016 haben wir unser Compliance-Schulungskonzept neu bewertet und die bisherigen Formate auf einer neuen Plattform zusammengeführt.

Unser Ziel für das Jahr 2017 ist es, den Mitarbeitern eine digitale App mit wichtigen Informationen zum Thema Compliance zur Verfügung zu stellen. Zudem planen wir, ein Instrument zur Messung der Compliance-Awareness unserer Mitarbeiter einzuführen.

Unsere Mitarbeiter sind aufgefordert, die Abteilung Compliance über mögliche Verstöße gegen unsere Grundsätze zu informieren. Sie können das per Telefon, Intranet oder anonym über einen Ombudsmann tun. Diesen Meldeweg können auch unsere Lieferanten und weitere Stakeholder nutzen. Besonderen Wert legen wir auf die Unabhängigkeit dieser Confidential Helpline und gewährleisten, dass die Hinweise von einem externen Vertrauensanwalt (dem Ombudsmann) entgegengenommen und bearbeitet werden.

Im Berichtsjahr 2016 hatten wir zwei Vorfälle zu verzeichnen, die im Bereich Diskriminierung und Geschäftsgrundsätze lagen. Diese haben wir eingehend geprüft und entsprechend sanktioniert.

Compliance bei der Telefónica Deutschland Group





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 **Leben in der
digitalen Welt stärken**

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Leben in der digitalen Welt stärken



Unsere Ambition

Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen. Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.

Wesentliche CR-Themen



Nachhaltige
Innovationen



Digitale Inklusion



Datenschutz



„Die Verknüpfung des Internets der Dinge für Endkonsumenten mit den Erkenntnissen aus der smarten Datenanalyse bietet sehr viel Potenzial. Gemeinsam mit Partnern wollen wir dieses Potenzial für Wirtschaft und Gesellschaft erschließen.“

DR. NICOLAUS GOLLWITZER
CEO der Telefónica Germany NEXT GmbH



Die Telefónica Deutschland Group hat die strategischen Wachstumsfelder „Advanced Data Analytics“ und „Internet of Things“ in einer neuen Gesellschaft gebündelt, der Telefónica Germany NEXT GmbH mit Sitz in Berlin. Sie versteht sich als Partner für Unternehmen und unterstützt sie dabei, die Wachstumschancen der Digitalisierung besser zu nutzen. Mit „Advanced Data Analytics“ richtet Telefónica NEXT den Blick auf den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen, der sich aus der Analyse großer Datenmengen ziehen lässt. Zugleich arbeitet das unternehmerische Spin-off der Telefónica Deutschland Group an IoT-Lösungen mit Fokus Endverbraucher.

Nachhaltige Innovationen 
Telefónica NEXT 

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Starkes Netz und innovative Produkte

Die Digitalisierung verändert nicht nur alle Bereiche unseres täglichen Lebens, sie bietet zugleich große Chancen für Wachstum und Wohlstand. Wir wollen als digitale OnLife Telco allen Menschen ermöglichen, am digitalen Leben teilzuhaben und von den Vorteilen der Digitalisierung zu profitieren. Unsere Maxime heißt „Deine Welt. Deine Wahl.“ Unsere Kunden können die Errungenschaften der Digitalisierung so nutzen, wie es zu ihren Wünschen, Vorlieben und Gewohnheiten passt. Dabei setzen wir uns dafür ein, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten und ihr digitales Leben souverän gestalten können.

Unser Commitment_ Wir treiben bis 2020 Technologien zur vereinfachten Vernetzung von Menschen, Geräten und Maschinen in der privaten und industriellen Welt voran. Ziel ist es, unsere Kunden bei der Realisierung von neuen Produkten und Geschäftsmodellen zu unterstützen, um so allen Gesellschaftsbereichen den Zugang zu digitalen Produkten zu ermöglichen.

Netzintegration und -ausbau weiter auf Kurs

Seit dem Zusammenschluss der Telefónica Deutschland Group und der E-Plus Gruppe bieten wir unseren Kunden ein sich stetig verbesserndes Netzerlebnis. Bereits im Jahr 2015 hat das Unternehmen die UMTS-Netze von O₂ und E-Plus für alle Kunden geöffnet. 2016 folgte das National Roaming bei GSM. Diese Meilensteine der Netzintegration bündeln die Stärke beider Netze. Die gemeinsame UMTS-Netzinfrastruktur erreicht jetzt rund 90% der Bevölkerung in Deutschland.

Die Integration der beiden Netze von O₂ und E-Plus werden wir zum Jahresende 2017 in wesentlichen Teilen abschließen. Die damit verbundenen Verbesserungen in der Netzperformance werden Kunden bereits im Jahresverlauf unmittelbar zugutekommen. Das neue gemeinsame Netz wird am Ende rund 25.000 Mobilfunkstandorte umfassen, die über ganz Deutschland verteilt sind. Parallel zur Netzintegration bauen wir zügig unser LTE-Netz aus, mit dem wir den Nutzern Zugang zur mobilen Welt in Hochgeschwindigkeit ermöglichen. In unserer Netzplanung setzen wir auf intelligente Datenanalyseverfahren (Advanced Data Analytics) und richten den Ausbau des LTE-Netzes konsequent an den tatsächlichen Kundenbedürfnissen aus.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Produktinnovationen für mehr Komfort und Sicherheit

Nachhaltigen Geschäftserfolg und Wachstum sichern wir zu allererst mit Innovationen und kundenorientierten Produkten, die den Menschen einen unmittelbaren Nutzen bieten und deren Technik sie vertrauen. Deshalb bieten wir Lösungen und Anwendungen, die leicht zugänglich und sicher zugleich sind. 2016 haben wir eine ganze Reihe von digitalen Highlights auf den Markt gebracht:



O₂ FREE

Mit dem neuen Tarifportfolio O₂ Free können sich Menschen jederzeit komfortabel in der digitalen Welt bewegen, ohne Sorge um ihren Datenverbrauch zu haben. Selbst wenn das Highspeed-Datenvolumen aufgebraucht ist, können Kunden weiter mit bis zu 1 MBit/s online sein und auf viele beliebte Anwendungen zurückgreifen.



VOICE OVER WI-FI (VO WI-FI)

Mit dieser Lösung ermöglichen wir unseren Kunden, über ihr Smartphone im WLAN-Modus zu telefonieren. Im ersten Schritt profitieren Nutzer mit einem Sony Xperia X Compact oder iPhone 6 und 7. Weitere Vo-Wi-Fi-fähige Endgeräte werden in den kommenden Monaten folgen.



O₂ BANKING

Wir bieten mit O₂ Banking das erste komplett mobile Bankkonto, bei dem O₂ Kunden alle Vorgänge per Smartphone erledigen können, zum Beispiel ein Konto eröffnen oder Überweisungen per Mobilfunknummer tätigen – und das ohne aufwändige IBAN-Eingabe. O₂ Banking basiert auf aktuellen Sicherheitsstandards.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Wayra fördert Start-ups

Mit dem Accelerator-Programm Wayra unterstützt Telefónica das Wachstum innovativer und technologieorientierter Start-ups weltweit. Gegenwärtig werden über 300 neue digitale Start-ups in Europa und Lateinamerika gefördert. In der Münchner Wayra-Akademie entwickelten im Jahr 2016 mehrere Unternehmensgründer ihre Geschäftsmodelle weiter und brachten sie zur Marktreife. Hierbei wurden sie mit technischen Tools, qualifizierten Mentoren, einem modernen Büro sowie den nötigen finanziellen Mitteln ausgestattet, die zum größtmöglichen Wachstum eines Start-ups beitragen.



Wayra Deutschland hat bereits vielen Start-ups zum Erfolg verholfen. Dazu gehört der Lieferservice Foodora, der mittlerweile in zehn europäischen Ländern präsent ist. Foodora bietet vor allem berufstätigen Kunden in urbanen Ballungszentren eine anspruchsvolle Verpflegung aus angesagten Restaurants im lokalen Umfeld. Ein anderes Beispiel ist die App parkpocket. Diese sorgt für optimierte und umweltfreundliche Parkplatzlösungen in deutschen, österreichischen und schweizer Großstädten, von denen sowohl Privatnutzer als auch Firmen profitieren.

Geschäftsfelder der Zukunft: Advanced Data Analytics und Internet of Things

Als nach Kundenzahl größter Mobilfunkanbieter in Deutschland ist die Telefónica Deutschland Group ein wichtiger Treiber der digitalen Transformation und trägt so maßgeblich dazu bei, dass die digitale Zukunft Wirklichkeit wird. Die Analyse großer Datenmengen ist ein wichtiger Bestandteil davon, ebenso wie smarte Geräte und vernetzte Gegenstände für den Endkunden. Der deutsche Markt ist in beiden Fällen noch in einer frühen Entwicklungsstufe. Deshalb haben wir im Sommer 2016 die datenbasierten Wachstumsfelder „Advanced Data Analytics“ und „Internet of Things“ in der neu gegründeten Telefónica Germany NEXT GmbH gebündelt.

Telefónica NEXT versteht sich als Partner der Wirtschaft, der anderen Unternehmen Lösungen bietet, damit diese die Wachstumschancen der Digitalisierung besser nutzen können. Zudem helfen die digitalen Projekte und Services, das Leben der Menschen in vielerlei Hinsicht zu vereinfachen und zu bereichern.

Die Telefónica Deutschland Group gestaltet das Internet der Dinge auf zwei Wegen mit: Wir bieten ein leistungsfähiges Netz und IP-Konnektivität – die Basis für das Internet der Dinge. Im Geschäftsbereich M2M bieten wir Komplettlösungen an, die Hardware mit IP-Konnektivität verbinden. Zudem treiben wir unter dem Dach der Telefónica NEXT gemeinsam mit Partnern das Internet der Dinge im Endkundensegment voran.

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

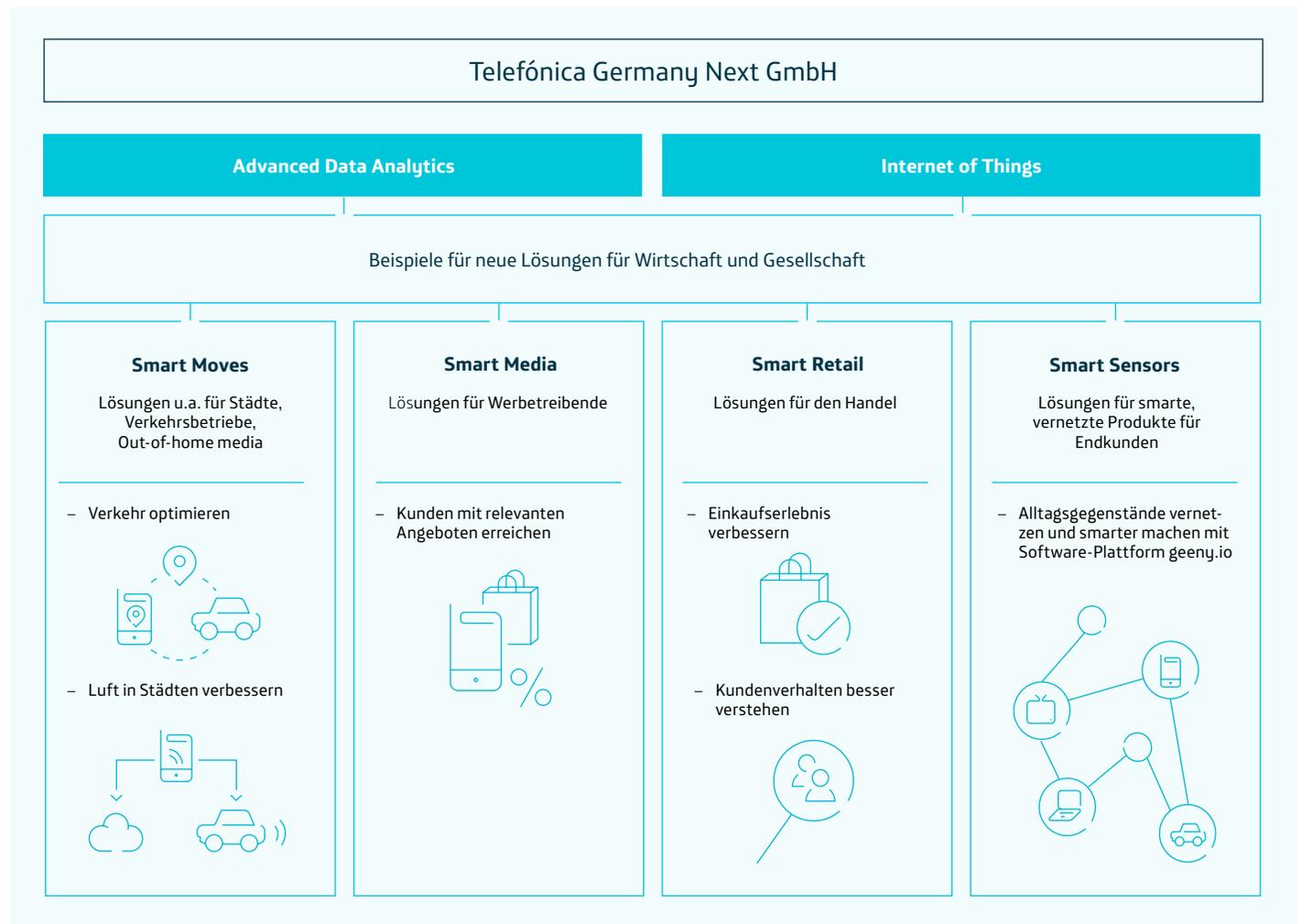
4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Geschäftsbereiche der Telefónica Germany Next GmbH



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Folgende Anwendungen für das Internet der Dinge sind bereits heute auf dem Markt:

**IOT CONNECT:
MEHR FLEXIBILITÄT FÜR DIE UNTERNEHMEN**

Ein speziell für IoT-Anwendungen entwickeltes Tarifportfolio – IoT Connect – ermöglicht Unternehmen mehr Flexibilität bei der Digitalisierung, indem sich vernetzte Maschinen selbst konfigurieren und Geschäftsprozesse optimiert werden. Mit IoT Connect müssen Firmen keine Einschränkungen ihrer Abläufe durch starre Standardtarife befürchten, sondern können aus Angeboten wählen, die jederzeit auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

GLOBALE TELEFÓNICA M2M-SIM-KARTE: HARDWARE UND SOFTWARE VERKNÜPFT

Als international aufgestelltes Telekommunikationsunternehmen bieten wir unseren Kunden die Globale Telefónica M2M-SIM-Karte an. Mit dieser Lösung profitieren Unternehmen durch verschiedene SIM-Karten-Typen für die Industrie und eine sichere Kommunikation – dank Verschlüsselung und redundanter Datensicherung.

SMART-M2M-PLATTFORM FÜR MANAGED CONNECTIVITY – GERÄTE INTELLIGENT VERNETZT

Mit dieser Plattform erhalten unsere B2B-Kunden mehr Wissen über ihre Prozesse und somit eine bessere Chance für ihr Unternehmenswachstum. Die Kunden definieren Regeln und Grenzwerte mit automatisierten Alarmen, kontrollieren einzelne Verbindungen oder bleiben in Echtzeit über Status, Standort und Verfügbarkeit ihrer M2M-Verbindungen auf dem Laufenden.

**Geeny:
vernetzte Lösungen für den Alltag**

Seit 2017 etabliert Telefónica NEXT mit Geeny eine weltweit nutzbare IoT-Plattform, die es Unternehmen ermöglicht, vernetzte Lösungen auch Endverbrauchern anzubieten, beispielsweise im Bereich der Seniorenpflege oder Gesundheitsvorsorge. Geeny erlaubt dabei die Nutzung unterschiedlicher IoT-Geräte über eine gemeinsame Plattform: Schaltbare Steckdosen oder vernetzte Blutdruckmessgeräte lassen sich über Geeny verbinden und können – zum Beispiel als Smart-Care-System – ein eigenständigeres Leben für hilfsbedürftige Menschen ermöglichen.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

4.1 Netz und Produkte

Mit dem Geschäftsfeld Advanced Data Analytics richten wir unseren Blick auf den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen, der sich aus der Analyse großer Datenmengen ziehen lässt. Das eröffnet nicht nur große Chancen für zukunftsfähige Lösungen in allen Lebensbereichen – von Mobilität über Gesundheit bis zum privaten Konsum. Es gibt unserem Unternehmen auch die Möglichkeit, mit der Entwicklung neuer Produkte und Services zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen, wie etwa der Bekämpfung des Klimawandels. Datenschutz und Datensicherheit stehen für uns dabei an oberster Stelle. So verwenden wir für diese statistischen Analysen ausschließlich anonymisierte und aggregierte Daten. [➤](#) Zudem können sich unsere Kunden auch gegen die Anonymisierung und anschließende Analyse ihrer Daten entscheiden, denn wir setzen uns dafür ein, dass die Menschen die größtmögliche Souveränität und Sicherheit bei der Gestaltung ihres digitalen Lebens haben.

Zu unseren aktuell wichtigsten Projekten gehört es, in mehreren deutschen Städten das Potenzial intelligenter Datenanalysen zu erforschen, mit denen die Kommunen Infrastrukturmaßnahmen besser planen, die Emissionen genauer messen und den öffentlichen Nahverkehr insgesamt attraktiver gestalten können. [➤](#)

Uns ist es in diesem Zusammenhang besonders wichtig, eine gesellschaftliche Debatte zur Nutzung von Daten anzustoßen. Wir haben daher 2016 eine [Themenseite](#) zur smarten Datenanalyse aufgesetzt. Dort finden Interessierte alle Hintergründe und Anwendungsbeispiele. Zum Jahresbeginn 2017 haben wir gemeinsam mit dem Tagesspiegel die Reihe „Data Debates“ eingeführt, in deren Rahmen wir monatlich im Telefónica BASECAMP mit prominenten Gästen

über Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft allgemein sowie auf konkrete Lebensbereiche diskutieren.

Digitale Inspiration mit neuem O₂ Shop-Konzept

Im Mittelpunkt des neuen O₂ Shop-Konzepts stehen der Kunde und die Digitalisierung. Umgeben vom neuen Shop-Design werden Besucher nicht nur durch spezielle Themeninseln von innovativen Produkten und Services inspiriert, sondern erleben auch die Möglichkeiten der digitalen Welt direkt vor Ort. Neben Workshops erhalten die Kunden bei ihren Fragen Hilfestellung und Unterstützung durch speziell ausgebildete O₂ Gurus.





„Wir arbeiten mit unserem Projekt CrowdProtect an einer App, durch die innerhalb einer Sekunde Notfallhilfe in der Nähe alarmiert werden kann. Die Think Big Pro Förderung hilft uns gezielt dabei, unser Social Business nachhaltig aufzubauen.“

FREDERIC MEYER-SCHARENBERG

Think Big Pro Projektmacher von CrowdProtect Germany



Pro Jahr werden allein in Deutschland über 100.000 Gewalttaten verübt. Die App CrowdProtect verbindet Gewaltprävention, ein mobiles Notrufsystem und Opferfürsorge miteinander.

Das Team von CrowdProtect hat sich für eine Think Big Pro Förderung qualifiziert und erhält nicht nur eine finanzielle Unterstützung von 5.000 Euro, sondern auch einen Arbeitsplatz für acht Monate in einem Co-Working-Space. Dort werden die Projektmacher mit Coaching, Workshops und Beratung dabei begleitet, ihr Social Business aufzubauen.

Digitale Inklusion 
Crowdprotect 



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Digitalisierung: Teilhabe für alle

Mit unseren digitalen Lösungen vereinfachen wir die Arbeits- und Lebenswelt unserer Kunden und gestalten sie nachhaltiger. Zugleich sehen wir uns in der Verantwortung, alle Menschen an den Vorteilen der Digitalisierung teilhaben zu lassen. Wir wollen ihnen ermöglichen, sich selbstbestimmt und sicher in der digitalen Welt zu bewegen. Dafür erschließen wir nicht nur die Möglichkeiten durch den schnelleren technologischen Fortschritt, sondern arbeiten engagiert daran, mögliche damit einhergehende Risiken zu verringern, Kompetenzen zu stärken und Berührungspunkte abzubauen.

Unser Commitment_ Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Förderprogrammen wie Think Big, Tablet PCs für Senioren und unseren O₂ Gurus geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für 10 Millionen Menschen.

O₂ Gurus: Begleiter für die digitale Welt

Es gibt viele Gründe, warum der Zugang zur digitalen Welt für Menschen eingeschränkt sein kann, zum Beispiel ungenügende technische Voraussetzungen, geringe finanzielle Mittel, fehlendes Wissen oder wenig Vertrauen im Umgang mit Medien. Wir setzen dem unsere Vision der Teilhabe entgegen, dass allen der Zugang zu Informationen, Medien und digitaler Technik ermöglicht wird.

Eine Schlüsselstellung haben dabei unsere O₂ Gurus, die als ausgebildete Experten die Kunden bei der Nutzung digitaler Angebote unterstützen – ob online, telefonisch oder vor Ort in den Shops. In

kostenlosen Workshops geben sie Interessierten aller Altersklassen Tipps für den richtigen Umgang mit digitalen Technologien. Beliebte Themen sind sichere digitale Anwendungen für Kinder oder Beratungsangebote für Schüler und Studenten, die mehr über ihren digitalen Fußabdruck und einen sicheren Auftritt im Social Web lernen möchten.

Seit Start des O₂ Guru-Projekts 2014 haben wir mit 2.500 Workshops mehr als 6.500 Menschen erreicht. Seit 2015 bieten wir die Workshops auch online als Webinare an und entwickeln das Themenspektrum ständig weiter. Ergänzt haben wir diese Formate durch Videos, Chats und Blogartikel rund um Wissenswertes in der digitalen Welt. Die O₂ Guru-Hotline haben bisher rund 700.000 Menschen genutzt, per Chat und Video wurden 50.000 Nutzer erreicht.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Digital mobil im Alter

Viele ältere Menschen sind zurückhaltend im Umgang mit digitalen Technologien. Dabei bieten diese zahlreiche Möglichkeiten, die den Alltag erleichtern: vom Videotelefonat mit Angehörigen oder Freunden über das Auffinden von Verkehrsverbindungen und Geschäften oder Restaurants bis hin zu Nachrichten- und Wetterdiensten oder Unterhaltungsangeboten. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen auch ältere Menschen mit digitalen und mobilen Medien vertraut zu machen und ihnen den Zugang zu ermöglichen.

Unter dem Motto „Digital mobil im Alter“ engagieren wir uns mit dem Projekt „Tablet-PCs für Senioren“. In Zusammenarbeit mit der Stiftung Digitale Chancen lernen ältere Menschen in Senioreneinrichtungen, wie sie die handlichen Tablet-PCs bedienen können, die ihnen für acht Wochen inklusive Internetflatrate zur Verfügung stehen. Ein Teil der Geräte verbleibt auch nach Programmende in den Einrichtungen. Seit Anfang 2016 haben an 32 Standorten rund 1.000 Senioren am Projekt teilgenommen und die Geräte kennengelernt. Weitere 270 haben sich bei Veranstaltungen über das Projekt informiert. Um zu bewerten, wie sehr die Digitalisierung den Alltag der Senioren verbessert, läuft derzeit eine Studie, in deren Rahmen 900 Projektteilnehmende zu ihren Erfahrungen befragt werden; die Ergebnisse werden wir Mitte 2017 veröffentlichen.

Teil des Projektkonzepts ist es, die physische und geistige Mobilität der Senioren zu stärken. Bei der „Generation Challenge“ stand im Oktober 2016 die Beweglichkeit mit digitaler Unterstützung im Mittelpunkt. 100 Senioren und Jugendliche waren eingeladen, das Spiel Pokémon Go kennenzulernen und mit Tablet-PCs gemeinsam auf die Jagd nach den wilden Pokémon zu gehen. Gleichzeitig gab es die Gelegenheit, mit erfahrenen Medienpädagogen über die Chancen und Risiken der digitalen Welt ins Gespräch zu kommen.



Jung und Alt gemeinsam auf Pokémon-Jagd

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten



Otto Schily (Bundesminister a.D.), Valentina Daiber (Director Corporate Affairs der Telefónica Deutschland Group), Moderator Moritz Müller-Wirth (stv. Chefredakteur DIE ZEIT), Jutta Croll (Vorsitzende des Vorstands Stiftung Digitale Chancen), Schauspieler Erol Sander

Ebenfalls im Oktober 2016 diskutierten wir mit prominenten Gästen im Telefónica BASECAMP über digitale Mobilität im Alter. Dabei ging es auch darum, die Berührungängste älterer Menschen mit dem mobilen Internet und der neuen Technik abzubauen. Anlass der Veranstaltung war die aktuelle [ZEIT](#) Vermächtnisstudie sowie der ZEIT Zukunftsgipfel „Der Auftrag“ in Berlin.

Jugendprogramm Think Big: von Konsumenten zu Gestaltern der digitalen Welt

Die Digitalisierung eröffnet insbesondere jungen Menschen neue Möglichkeiten für gesellschaftliches Engagement. Seit über fünf Jahren engagieren wir uns für die digitalen Kompetenzen von Jugendlichen mit dem Programm Think Big – einer gemeinsamen Initiative der Telefónica Stiftung, der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) und O₂ unter der Schirmherrschaft von Bundesfamilienministerin Manuela Schwesig.

Durch Workshops, Coachings und finanzielle Projektunterstützung inspiriert und unterstützt das Programm 14- bis 25-Jährige dabei, ihre digitalen Kompetenzen auszubauen, Ideen und Unternehmergeist zu entwickeln und eigene soziale Projekte zu starten. In mehr als 3.500 Think-Big-Projekten haben bereits über 98.000 Jugendliche den Schritt zum Gestalter unserer digitalisierten Gesellschaft gewagt.

Allein 2016 hat das Programm mehr als 20.000 junge Menschen erreicht. Davon konnten wir fast 8.000 innerhalb geförderter Projekte unterstützen. Über 12.000 Jugendliche haben wir über Veranstaltungen angesprochen und mit digitalen Themen vertraut gemacht. WOHN:SINN und Wefugee sind Projektbeispiele, die 2016 gefördert wurden. Die Projektmacher von WOHN:SINN haben eine Online-WG-Börse ins Leben gerufen, die Menschen mit und ohne Behinderung für inklusive Wohnprojekte zusammenbringt. Das Team von Wefugee hat eine digitale Plattform für geflüchtete Menschen, freiwillige Helfer und Organisationen aufgebaut. Sie hilft Geflüchteten, an essenzielle Informationen zu gelangen sowie mit Menschen in Kontakt zu kommen, und entlastet gleichzeitig Beratungseinrichtungen bei ihrer täglichen Arbeit.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

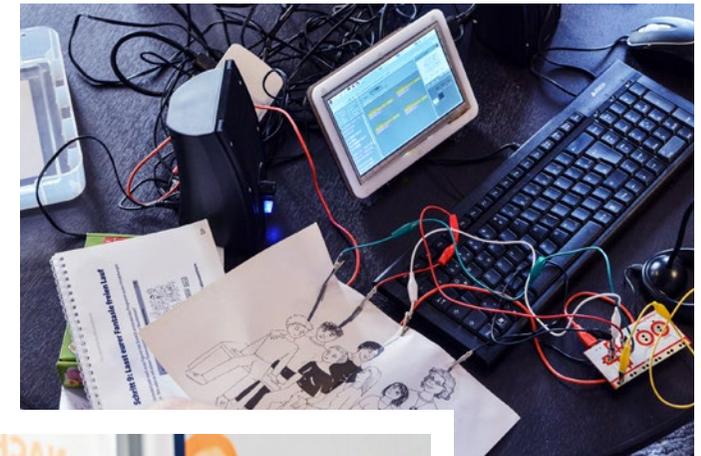
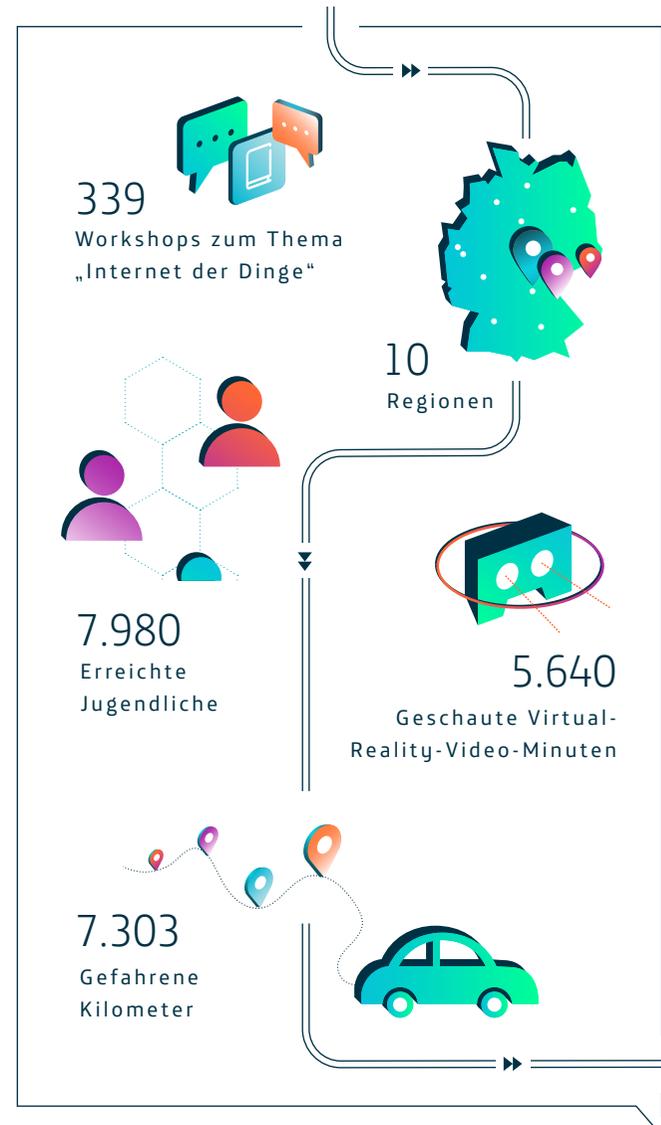
4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Die Think Big Tour 2016 in Zahlen und Bildern



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Diese Formate und Programmpunkte gehörten im vergangenen Jahr zu den Highlights:

Jubiläumsevent zu fünf Jahren Think Big

Unter dem Motto „5 Jahre Think Big – mach's BESSER digital“ diskutierten Bundesbildungsministerin Johanna Wanka, Claudia von Bothmer, Head of CR der Telefónica Deutschland Group, Heike Kahl, Geschäftsführerin der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), sowie Think Big Projektmacher Patrick Lühlow im Telefónica BASECAMP über wichtige Kompetenzen junger Menschen im digitalen Zeitalter. An interaktiven Stationen konnten sich die Gäste einen Überblick über die bisherige Programmarbeit verschaffen und erfahren, wie die Jugendlichen ihre Ideen umsetzen. Zudem wurde das Think-Big-Projekt Help-O-Mat – eine Online-Plattform für ehrenamtliches Engagement – von der Think-Big-Facebook-Community als herausragendes digitales Projekt mit dem Digitalpokal ausgezeichnet.

Studie belegt: Think Big fördert digitalen Perspektivenwechsel

Die Technische Hochschule Köln hat eine Studie mit dem Titel „Jugendengagement und digitale Teilhabe“ durchgeführt, die aufzeigt, welchen Beitrag das Programm Think Big für die Kompetenzentwicklung junger Menschen in einer digitalisierten Gesellschaft leistet. So fördert es Selbstvertrauen, ermöglicht Erfahrungen im Projektmanagement und bestärkt den Gründungswillen ebenso wie die Lust auf soziales Engagement. Zentrales Ergebnis ist, dass Think Big zu einem digitalen Perspektivwechsel beiträgt und auch bildungsbenachteiligte Jugendliche profitieren. Ausgehend von bekannten Tools wie WhatsApp oder Facebook lernen sie neue Dimensionen der Mediennutzung kennen und treiben damit soziale Ideen und Projekte voran, mit denen sie etwas bewegen wollen.

Think-Big-Tour 2016 zum Internet der Dinge

Zehn Wochen lang besuchten die Tour-Vans des Jugendprogramms zahlreiche Schulen und Events, erreichten fast 8.000 Jugendliche und machten neue digitale Möglichkeiten in knapp 400 Workshops für die jungen Menschen greifbar und erlebbar. Ein Höhepunkt war der Stopp im Telefónica BASECAMP in Berlin, wo rund 90 Schüler das Internet der Dinge in Workshops mitgestalteten. Im Anschluss diskutierten sie mit Gästen aus Medien und Politik darüber, wie sich junge Menschen mithilfe neuester digitaler Technik gesellschaftlich engagieren können.



Gewinner des Digitalpokals 2016: Fabian Sedlmayr (li.) und Nils Aschmann (re.) (Help-O-Mat) mit Bundesbildungsministerin Johanna Wanka (2. v.l.), Heike Kahl (DKJS, li.) und Claudia von Bothmer (Telefónica Deutschland Group, re.)

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Wir fördern Integration durch digitale Technik

Im Rahmen der Integrationsinitiative der Deutschen Wirtschaft „Wir zusammen“ engagiert sich auch die Telefónica Deutschland Group. So haben wir 2016 Flüchtlingsunterkünfte in ganz Deutschland mit kostenlosem WLAN ausgestattet, um die Kommunikation der Geflüchteten mit ihren Angehörigen in den Heimatländern zu erleichtern.

Darüber hinaus unterstützt unser Jugendprogramm „Think Big“ Geflüchtete bereits mit mehr als 100 Projekten dabei, sich in Deutschland zu integrieren. Dafür stehen beispielhaft zwei umgesetzte Ideen: Das Projekt „Bazaar“ mit dem Motto „Sharing is Caring“ schafft einen gemeinsamen Ort, an dem Deutsche und Geflüchtete mit ihren Fähigkeiten und Interessen zusammenwirken können. Dafür haben sie eine Online-Plattform aufgebaut und organisieren regelmäßige Treffen. Beim Think-Big-Projekt „Habibi House“ designen Studenten mit Geflüchteten ein neues Zuhause. Habibi steht im Arabischen für Freund oder Liebling – also ein geliebtes Zuhause. Gemeinsam wurden Modulhäuser aus Holz entworfen. Das erste Modellhaus ist schon fast fertig – auch dank der Think-Big-Basic-Förderung.

Think Big in Zahlen





„Mein Smartphone spielt eine zentrale Rolle in meinem Alltag. Mir ist wichtig, dass meine Daten sicher sind und ich über ihre Verwendung selbst entscheiden kann.“

KATRIN DONAUER
Privatkundin bei O₂



Die Telefónica Deutschland Group setzt sich dafür ein, dass ihre Kunden die Hoheit über ihre individuellen Daten behalten. Gegenüber Verbrauchern und der Öffentlichkeit kommuniziert das Unternehmen daher transparent, wie und wofür personenbezogene Daten verwendet werden. Kunden können ihre Bestandsdaten im Kundenportal Mein O₂ jederzeit einsehen und ändern. Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Ausnahmen werden nur gemacht, wenn die Kunden ihr Einverständnis dazu gegeben haben, eine gesetzliche Verpflichtung besteht oder wenn dies zu Vertragszwecken erforderlich ist.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 **Datenschutz und
Informationssicherheit**

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Datenschutz und Informationssicherheit für unsere Kunden

Millionen Kunden nutzen jeden Tag unsere Kommunikationsnetze und vertrauen unseren Diensten. Der Schutz und die Sicherheit ihrer Daten haben für uns deshalb höchste Priorität. Nur wer das Vertrauen der Kunden gewinnt und bewahrt, kann beständig in der digitalen Welt erfolgreich sein. Uns ist dabei besonders wichtig, dass die Menschen die Hoheit über ihre Daten behalten und ihr digitales Leben selbst gestalten können.

Unser Commitment_ Wir schützen die Daten unserer Kunden in allen Produkten und Prozessen und stellen sicher, dass alle Mitarbeiter in ausreichendem und gesetzlich vorgeschriebenem Umfang zum Datenschutz geschult werden. Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kunden bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können.

Schutz der Daten in Unternehmensstrategie verankert

Smartphones, vernetzte Automobile, intelligente Stromzähler, Fitnessarmbänder und viele weitere Produkte des täglichen Lebens kommunizieren mit Herstellern und Servern und geben so Einblicke in Wünsche und Verhalten ihrer Nutzer. Die Themen Datenschutz und Datensicherheit spielen darum eine noch größere Rolle als je zuvor. Wir stellen bei der Verarbeitung und Analyse von Daten sicher, dass die Privatsphäre des Kunden gewahrt und er Herr über seine Daten bleibt. Entsprechendes Gewicht hat der Datenschutz in unseren Unternehmensprozessen und bei der datenschutzgerechten Gestaltung unserer Produkte und Services.

Wir verstehen Datenschutz als einen zentralen Baustein der Unternehmensstrategie und haben diesen daher in unseren Geschäftsgrundsätzen und internen Richtlinien verankert. Die Anforderungen aus allen Gesetzen und Verordnungen, zum Beispiel Datenschutzgesetze oder Sicherheitsvorschriften, sind dabei die Grundlage unseres Handelns. Insbesondere bei der Entwicklung neuer Produkte berücksichtigen wir frühzeitig datenschutzrechtliche Regelungen und datenschutzfreundliche Designs.

Unsere Mitarbeiter werden auf das Datengeheimnis und das Fernmeldegeheimnis verpflichtet. Unsere Richtlinien legen fest, dass jeder Mitarbeiter persönlich für den Schutz der ihm anvertrauten Daten mitverantwortlich ist. Darüber hinaus verpflichten wir auch unsere Lieferanten, die Umgang mit sensiblen Daten haben, zur Schulung ihrer Mitarbeiter und prüfen dies im Bedarfsfall.

Klare Regeln, Strukturen und Verantwortlichkeiten

Datenschutz- und Informationssicherheitsmanagement werden unternehmensweit durch den Director Compliance, Corporate Security, Data Protection gesteuert. Der Bereich verantwortet die Einhaltung und Weiterentwicklung der Standards und Richtlinien zum Datenschutz und zur Informationssicherheit. Teil des Bereichs ist eine eigene Abteilung Datenschutz, die der konzernweite Datenschutzbeauftragte leitet. Dieser berichtet direkt an den CEO des Unternehmens. Zur übergreifenden Steuerung sind ein Datenschutzforum mit Mitgliedern relevanter Fachbereiche etabliert sowie mehrere Steuerungskreise, die auf operativer Ebene wirken.

[G4-DMA Kundengesundheit und -sicherheit](#), [G4-DMA Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen](#), [G4-PR3](#), [G4-DMA Werbung](#),

[G4-DMA Schutz der Privatsphäre des Kunden](#)



GEPRÜFT



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

4.3 Datenschutz und Informationssicherheit

In unserer Datenschutzrichtlinie haben wir strenge Vorgaben zum Schutz personenbezogener Daten festgelegt:

- 01 Wir gehen verantwortungsvoll mit den Daten unserer Kunden um und geben sie nicht an Dritte weiter. Ausnahmen werden nur gemacht, wenn die Kunden ihr Einverständnis dazu gegeben haben, eine gesetzliche Verpflichtung besteht oder wenn dies zu Vertragszwecken erforderlich ist.
- 02 Wir kommunizieren transparent, wie und wofür Telefónica personenbezogene Daten verwendet. Kunden können ihre Bestandsdaten im Kundenportal Mein O₂ jederzeit einsehen und ändern.
- 03 Wir erheben nur Daten, die erforderlich sind, um unsere Dienstleistungen zu erbringen, zum Beispiel bezüglich der Qualität der Services, des Schutzes vor Missbrauch und der Rechnungserstellung.
- 04 Bei der Auswertung von Informationen für statistische Analysen verwenden wir ausschließlich Daten, die anonymisiert und aggregiert sind. Damit sind keine Rückschlüsse auf persönliche Informationen möglich.

Die Telefónica, S.A. Group hat 2016 erstmals einen konzernweiten „Report on Transparency in Communications“ veröffentlicht, der länderspezifisch die rechtlichen Voraussetzungen für eine Kooperation mit den Behörden aufzeigt und über die Anzahl der datenbezogenen Anfragen an das Unternehmen informiert.

Seit vielen Jahren führen wir webbasierte Trainings zum Thema Datenschutz für alle Mitarbeiter durch. Zudem gelten weitere interne Richtlinien wie unsere Richtlinien zur vertraglichen Gestaltung von Auftragsverhältnissen und zur Meldung von Datenschutzvorfällen. 2016 wurden zusätzlich persönliche Schulungen in den Bereichen Einkauf, Netzwerk und Online durchgeführt. Ebenso im Jahr 2016 haben wir eine neue Anlaufstelle eingeführt, bei der Kunden oder andere außenstehende Personen telefonisch Datenschutzvorfälle melden können. Darüber hinaus haben wir ein internes Projekt zur Einführung der Regelungen der Datenschutzgrundverordnung gestartet.

Die neu gegründete Gesellschaft Telefónica NEXT arbeitet sowohl mit anonymisierten als auch personenbezogenen Daten, um daraus Innovationen zu entwickeln. Die Verwendung dieser beiden Arten von Daten unterscheidet sich ganz maßgeblich voneinander: Sogenannte Big Data, bestehend aus anonymisierten Daten, haben keinen Bezug zu individuellen Kunden. Personenbezogene Daten hingegen ermöglichen es Telefónica NEXT, Angebote auf den jeweiligen Kunden abzustimmen. Für die Nutzung dieser letztgenannten Daten ist die explizite Zustimmung des Kunden erforderlich. Die Daten werden nicht nur umfangreich geschützt, sondern die Kunden behalten auch die Kontrolle, indem sie der Nutzung zustimmen oder ihre Zustimmung wieder entziehen können. Dies ist der Kern unseres Leitprinzips „Deine Welt. Deine Wahl.“

Als nach Kundenzahl größtem Mobilfunkanbieter Deutschlands liegen uns viele Daten vor, beispielsweise Mobilitätsdaten. Der TÜV Saarland hat das Herzstück unserer Datenanalyse, die Datenanonymisierungsplattform, mit dem Siegel „Geprüfter Datenschutz“ ausgezeichnet. Die Prüforganisation unterstreicht im Bericht den umfassenden Schutz der Privatsphäre und das hohe Maß an Entscheidungsfreiheit für die Kunden.



GEPRÜFT

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

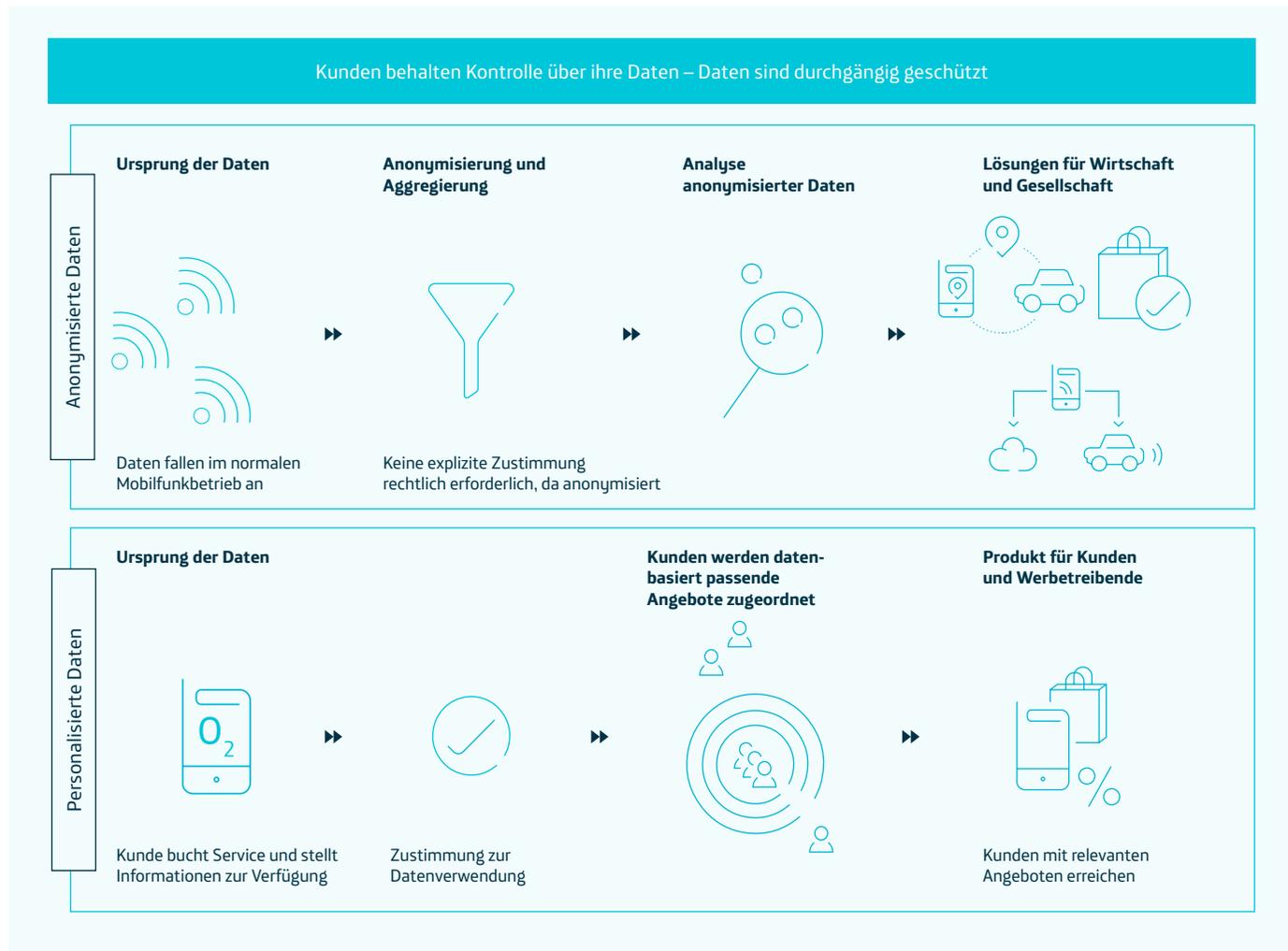
4.3 **Datenschutz und Informationssicherheit**

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Datenschutz bei der Telefónica Deutschland Group



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 **Datenschutz und
Informationssicherheit**

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Datenschutzvorfälle werden transparent berichtet



Trotz hoher technischer und organisatorischer Sicherheitsstandards können Datenschutzverletzungen auftreten. Unser Unternehmen ist gesetzlich dazu verpflichtet, im Fall einer Verletzung des Schutzes personenbezogener Daten die zuständigen Aufsichtsbehörden innerhalb von 24 Stunden zu benachrichtigen. Datenschutzvorfälle liegen auch dann vor, wenn eine unberechtigte Datenweitergabe stattfindet, beispielsweise beim Versand von E-Mails an Kunden mit falschen Daten.

2016 gab es 236 Datenschutzmeldungen der Telefónica Deutschland Group zu Vorfällen nach § 109a TKG an die Datenschutzaufsichtsbehörden (2015: 71 Datenschutzmeldungen). Der Meldeprozess folgt einem geregelten Verfahren, das in einer eigenen Unternehmensrichtlinie „Datenschutzvorfälle“ definiert ist. Wir führen den Anstieg zum Vorjahr auf verbesserte interne Meldeprozesse und ein gesteigertes Problembewusstsein der Mitarbeiter zurück.

Im Berichtsjahr haben wir zudem vier datenschutzbezogene Lieferantenaudits bei Dienstleistern aus den Bereichen IT und Personal sowie bei internen Stellen durchgeführt, bei denen keine Verstöße festgestellt wurden.

Management für Informationssicherheit und Datenschutz weiter integriert

In unseren Geschäftsgrundsätzen verpflichten wir uns auch zur Informationssicherheit. Wir behandeln sensible Daten vertraulich und sichern sie gegen mögliche Zugriffe von unberechtigten Dritten. Dafür nutzen wir ein detailliertes Berechtigungsmanagement, moderne und standardisierte Verschlüsselungsverfahren sowie sichere Anmeldeverfahren, mit denen nur berechtigte Personen auf vertrauliche Informationen zugreifen können. Durch die Datenverarbeitung in geografisch verteilten Rechenzentren stellen wir zudem sicher, dass die Kunden unsere Dienste auch beim Ausfall einzelner Komponenten oder selbst bei einem Ausfall ganzer Standorte nutzen können.

Mit dem 2015 etablierten Informationssicherheits- und Datenschutzmanagementsystem (ISMS und DSMS) steuern wir unsere Prozesse über Standards, Zielvorgaben, Verantwortlichkeiten, Trainings und die regelmäßige Kontrolle der umgesetzten Maßnahmen. Das ISMS orientiert sich am internationalen Standard ISO 27.001:2013. Effizienz und Funktion unseres Managementansatzes prüfen wir mittels regelmäßiger Assessments, Prüfungen der internen Revision sowie eines Benchmarkings mit anderen Unternehmen.

2016 stand der Aufbau einer funktionsfähigen Governance-Struktur im Bereich Informationssicherheit im Zentrum unserer Aktivitäten, um das Thema in alle relevanten Geschäftsbereiche und -prozesse zu integrieren. Parallel wurde ein Cyber-Security-Emergency-Center als neuer Meldeweg für Sicherheitsvorfälle jeglicher Art etabliert. Zusätzlich haben wir Security Assessments erweitert, die zur Prüfung der Systeme und Prozesse von Unternehmensbereichen und Lieferanten dienen.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Digitale Sicherheit und Medienkompetenz für Kinder und Jugendliche

Handys sind auch für Kinder und Jugendliche längst multimediale Alltagsbegleiter. Laut aktueller Studien besitzt mehr als die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen in Deutschland ein Smartphone. Wir verstehen es als unsere Aufgabe, einen kompetenten, selbstbewussten und sicheren Umgang von Kindern und Jugendlichen mit digitalen Medien zu fördern. Dafür engagieren wir uns mit dem Jugendprogramm Think Big und weiteren Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz junger Menschen.

Im Sinne des Jugendmedienschutzes wollen wir sie vor problematischen Inhalten schützen, die sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen könnten. Unsere Jugendschutzstrategie baut dabei in erster Linie auf medienpädagogische Aufklärung, technische Schutzvorkehrungen und Preistransparenz. Für uns steht die Erfüllung der strengen gesetzlichen Vorgaben zum Jugendmedienschutz in Deutschland an oberster Stelle. Unser Jugendschutzbeauftragter berät und unterstützt das Unternehmen dabei, Produkte und Anwendungen den gesetzlichen Vorschriften anzupassen.

Mit weltweit gültigen Richtlinien zum Jugendmedienschutz stellen wir zudem sicher, dass Jugendschutz nicht nur im Unternehmen, sondern auch bei Kooperationspartnern stets in die Produkt- und Angebotsgestaltung integriert ist. Wir sind Mitglied der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. und haben uns bereits 2007 zu einer freiwilligen Selbstregulierung zum Jugendmedienschutz im Mobilfunk verpflichtet.

Kundeninformationen zum Thema Jugendschutz, etwa Tipps für Eltern zum richtigen Tarif und zu schützenden Handyfunktionen, stellen wir [online](#) zur Verfügung. Darüber hinaus sind auch die O₂ Gurus eng mit der Thematik vertraut und wichtige Multiplikatoren für Medienkompetenzbildung.

O₂ Protect hilft Eltern und Kindern

Mit O₂ Protect bieten wir unseren Kunden und deren Kindern eine mobile Sicherheitslösung, mit der sie sich vor Gefahren aus dem Internet schützen können. O₂ Protect basiert auf der McAfee Antivirus & Security App. Unsere Kunden können entweder ihr Android-Smartphone mit O₂ Protect Mobile sichern oder erhalten mit dem Rundumschutz O₂ Protect Complete einen Online-Schutz für bis zu fünf Geräte. Mit O₂ Protect Complete können Eltern auch eine Kindersicherung aktivieren und festlegen, wo und wie lange ihr Nachwuchs surfen darf.





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

4.1 Netz und Produkte

4.2 Digitale Inklusion

4.3 Datenschutz und
Informationssicherheit

4.4 Jugendschutz

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

Medienkompetenz macht Schule

Wir engagieren uns auch in der Entwicklung von schulischen Lehrmaterialien zur Medienkompetenz. Beim Projekt [„Medien in die Schule“](#), welches Lehrern Materialien zur freien Verwendung und Bearbeitung zur Verfügung stellt, haben wir uns aktiv an der Erarbeitung der Unterrichtseinheit „Jugend und Handy“ beteiligt. Hier werden Datenschutz und der bewusste Umgang mit Smartphones in den Blick genommen. Lehrkräfte werden so wirksam unterstützt, Jugendliche bei der kompetenten, kreativen und sicheren Nutzung ihrer Leitmedien zu begleiten. Zudem beteiligten wir uns aktiv an der Arbeit des Zentrums für Kinderschutz im Internet, eines vom Bundesfamilienministerium gegründeten Think-Tanks für den Jugendmedienschutz.

Der Handyguide für Kinder und Eltern

Um Kinder und Eltern über den bewussten Umgang mit Smartphone und Handy zu informieren, haben wir zusammen mit dem Deutschen Kinderhilfswerk im Jahr 2016 die vierte überarbeitete Auflage der kindgerechten Broschüre „Fit fürs Handy – Der Handy Guide für Kinder und Eltern“ veröffentlicht. Durch die Kooperation mit der Telefónica Marke AY YILDIZ ist die Publikation zweisprachig auf Deutsch und Türkisch erhältlich.



Die Broschüre ist online sowie auf Nachfrage
in den Shops erhältlich.

[Deutsche Version](#)

[Türkische Version](#)



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Umwelt und Klima schützen



CO₂
↓ 11%

Unsere Ambition

Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

Wesentliche CR-Themen

 Energie & CO₂-Reduktion

 Ressourcenschutz



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Umweltschutz effizient steuern



Wir wollen die Umweltauswirkungen unseres Unternehmens verringern und ein stärkeres Bewusstsein dafür schaffen, was jeder Einzelne zum Klimaschutz beitragen kann. Unser Ziel ist es, Energie einzusparen und Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Dafür setzen wir auf energieeffiziente Technik und Gebäude, die Nutzung erneuerbarer Energien, klimaschonende Mobilität sowie nachhaltige Produkte und Services. Zugleich sorgen wir in unseren eigenen Prozessen für eine Schonung natürlicher Ressourcen und verringern unser Abfallaufkommen.

Die Telefónica, S.A. Group hat globale Energie- und Klimaziele für das Jahr 2020 formuliert. Bis zu diesem Zeitpunkt soll die Unternehmensgruppe 50 % des betriebsbedingt verbrauchten Stroms aus erneuerbaren Energien beziehen. Bis 2030 sollen es bis zu 100 % sein.

Wir orientieren uns an den weltweit geltenden Standards der Telefónica, S.A. Group. Unseren eigenen Anspruch haben wir in unseren Richtlinien zur Umwelt- und Energiepolitik (↗ „Umweltrichtlinien“ sowie ↗ „Energierichtlinien“) verankert. Die Energierichtlinien wurden im Berichtsjahr 2016 innerhalb der Telefónica Deutschland Group neu etabliert. Unsere Umweltrichtlinien haben wir bereits im Jahr 2015 eingeführt. Beide Rahmenwerke wurden mit verbindlichen Vorgaben sowohl an unsere Mitarbeiter kommuniziert als auch an Telefónica Global Services, unserem Dienstleister für das Beschaffungswesen.

Mit der deutschen Umweltstrategie leisten wir einen Beitrag, um den Klimaschutz zu stärken und die Energieeffizienz zu verbessern. Dabei konzentrieren wir uns auf

01

unsere eigenen Betriebsabläufe in den Bereichen Netz, Büroflächen und Mobilität,

02

die nachhaltige Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, darunter besonders unseren Energieeinkauf und

03

unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio unter dem Stichwort „Green Services“.

Managementsysteme mit klaren Verantwortlichkeiten

Die Umwelt- und Energieziele der Telefónica Deutschland Group werden jährlich von der Geschäftsleitung verabschiedet. Die Zielerreichung sowie alle Prozesse und Maßnahmen werden durch den Umweltmanagementbeauftragten, die CR-Abteilung und ein bereichsübergreifendes Umweltkomitee gesteuert. Die Verantwortung für das Energiemanagement tragen der Energiemanagementbeauftragte, der Energiemanager und ein bereichsübergreifendes Energiemanagementteam.



Suche 

- 1.0 Einführender Teil
- 2.0 Corporate Responsibility Management
- 3.0 Verantwortlich wirtschaften
- 4.0 Leben in der digitalen Welt stärken
- 5.0 Umwelt und Klima schützen
 - 5.1 **Umweltmanagement**
 - 5.2 Energie & CO₂-Reduktion
 - 5.3 Ressourcenschutz
 - 5.4 Green Services
 - 5.5 Mobilfunk und Gesundheit
- 6.0 Daten & Fakten

5.1 Umweltmanagement



Bereits seit 2004 sind alle wesentlichen Bürostandorte nach [ISO 14001](#) und [ISO 9001](#) zertifiziert. 2015 wurde die Einhaltung der weltweit gültigen Standards für die Telefónica Deutschland Holding AG erneut bestätigt. Im Jahr 2016 hat unser Unternehmen zudem ein Energiemanagementsystem gemäß [ISO 50001](#) eingeführt, das ebenfalls zertifiziert wurde.

Gemeinsam mehr für die Umwelt erreichen

Wir engagieren uns regional und überregional in Organisationen und Projekten für den Umwelt- und Klimaschutz. Bereits seit 2011 sind wir Mitglied im Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.), der größten Umweltinitiative der Wirtschaft in Europa. Im Rahmen des 2016 verlängerten Umweltpakts Bayern treiben wir gemeinsam mit Politik und Unternehmen Verbesserungen im betrieblichen Umweltschutz voran und fördern nachhaltiges Wirtschaften. 2016 haben wir uns außerdem mit weiteren Großunternehmen im Klimapakt Münchner Wirtschaft zur Senkung von CO₂-Emissionen am Standort München verpflichtet. Mit unserem Projekt Handyrecycling sind wir auf der Plattform [Klimareporting.de](#) vertreten, auf der sich Unternehmen zu erfolgreichen Klimaschutzstrategien entlang der Wertschöpfungskette austauschen. Über Recycling und Wiederverwendung unserer Handys können wir indirekte CO₂-Emissionen (Scope 3) reduzieren.

Umweltengagement der Telefónica Deutschland Group





1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Energie einsparen und Emissionen senken



GEPRÜFT

Der größte Ressourcenverbrauch unseres Unternehmens liegt im Bereich Energie. Energieeffizienz und CO₂-Reduktion gehören daher zu unseren wichtigsten Ansätzen in der Wertschöpfungskette. Unsere Handlungsgrundsätze: Wir kaufen verantwortungsvoll ein, vermeiden den Verbrauch von Energie wo immer möglich und setzen auf energieeffiziente Technik. Im Jahr 2016 haben wir begonnen, Energieeffizienzprojekte bis 2020 umzusetzen, die zur Senkung des Energieverbrauchs beitragen. Dazu gehört insbesondere ein nachhaltiges Energiemanagement innerhalb des Netzwerks und der Unternehmensgebäude wie Büros, Call-Center, Shops und Rechenzentren. Die Einsparungen durch Energieeffizienz im operativen Geschäftsbereich (OPEX) sollen sich bis 2020 auf 15 Millionen Euro belaufen.

Unser Commitment_ Wir reduzieren unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen bis 2020 um 40% gegenüber 2015 und kaufen jedes Jahr 100% der Energie, die wir selbst beschaffen und kontrollieren, aus Grünstrom ein – ohne den Zukauf von Kompensationszertifikaten.

Vollständiger Umstieg auf erneuerbare Energien

Wir haben im Jahr 2016 überall dort nahezu komplett auf die Nutzung erneuerbarer Energien umgestellt, wo wir selbst die Beschaffungsprozesse kontrollieren, also für Netzwerk, Büros, Call-Center, Shops und Rechenzentren. Bei unserem gesamten Stromverbrauch, in den auch Dritte einbezogen sind, liegen wir mit 74% Anteil rege-

nerativer Energien auf dem Niveau des Vorjahres. Davon ausgehend haben wir eine Strategie für die Beschaffung grüner Energie bis 2020 definiert. Darin verpflichten wir uns, erneuerbare Energien zu nutzen und so die Energiewende in Deutschland zu unterstützen.

Weniger Energieverbrauch durch effiziente Netzwerktechnik

Unser wichtigster Hebel zur Senkung von Energieverbrauch und CO₂-Emissionen ist die Netzwerktechnik, die mit über 92% den größten Anteil am Stromverbrauch einnimmt. Im Jahr 2016 konnten wir unseren Energieverbrauch durch die Netzwerkkonsolidierung und den Austausch älterer Anlagen gegen moderne Netzwerktechnik senken. 2016 verzeichneten wir einen Energieverbrauch pro Datenvolumen in Höhe von 0,30 GWh/PB¹. 2015 waren es noch 0,41 GWh/PB.

Im vergangenen Jahr haben wir signifikante Fortschritte bei der Netzwerkkonsolidierung gemacht. Zum Jahresende 2016 wurden bereits knapp 5.000 der insgesamt bis 2018 geplanten rund 14.000 Standorte abgeschaltet und rückgebaut. Gleichzeitig stand die Modernisierung von Netzeinheiten im 2G- bzw. 3G-Netz im Fokus. Wo immer möglich, teilen wir uns die Nutzung von freistehenden Funkmasten mit anderen Mobilfunkbetreibern oder Unternehmen, die Funksysteme betreiben. Das vermindert nicht nur Beeinträchtigungen im Landschaftsbild, sondern reduziert auch Energieverbrauch und Abfallaufkommen. 2016 haben wir über 4.900 Standorte im Telefónica Mobilfunknetz in der Nutzung geteilt.

¹ Gigawattstunden pro Petabyte



GEPRÜFT

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

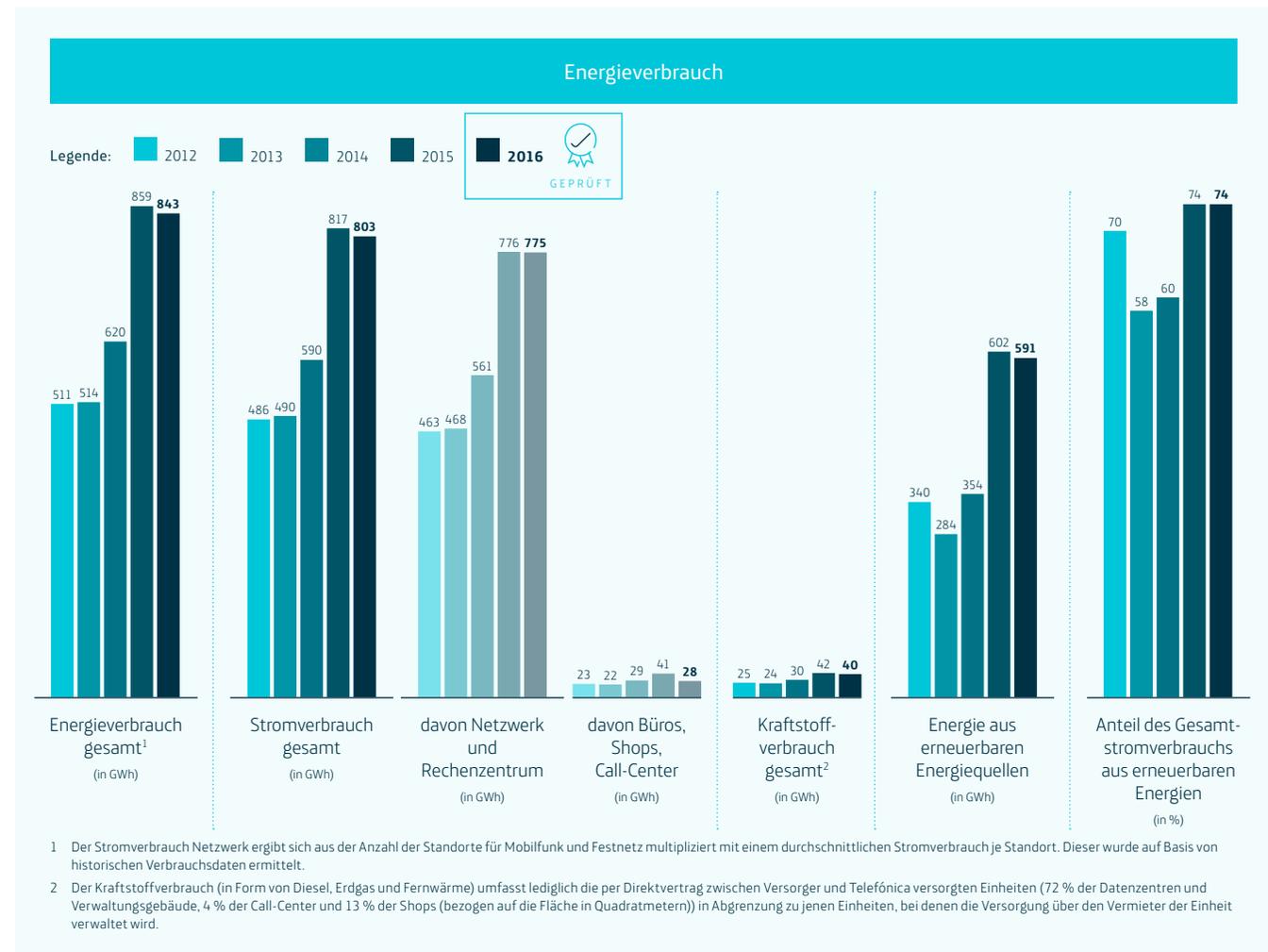
5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Energieverbrauch 2012–2016



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

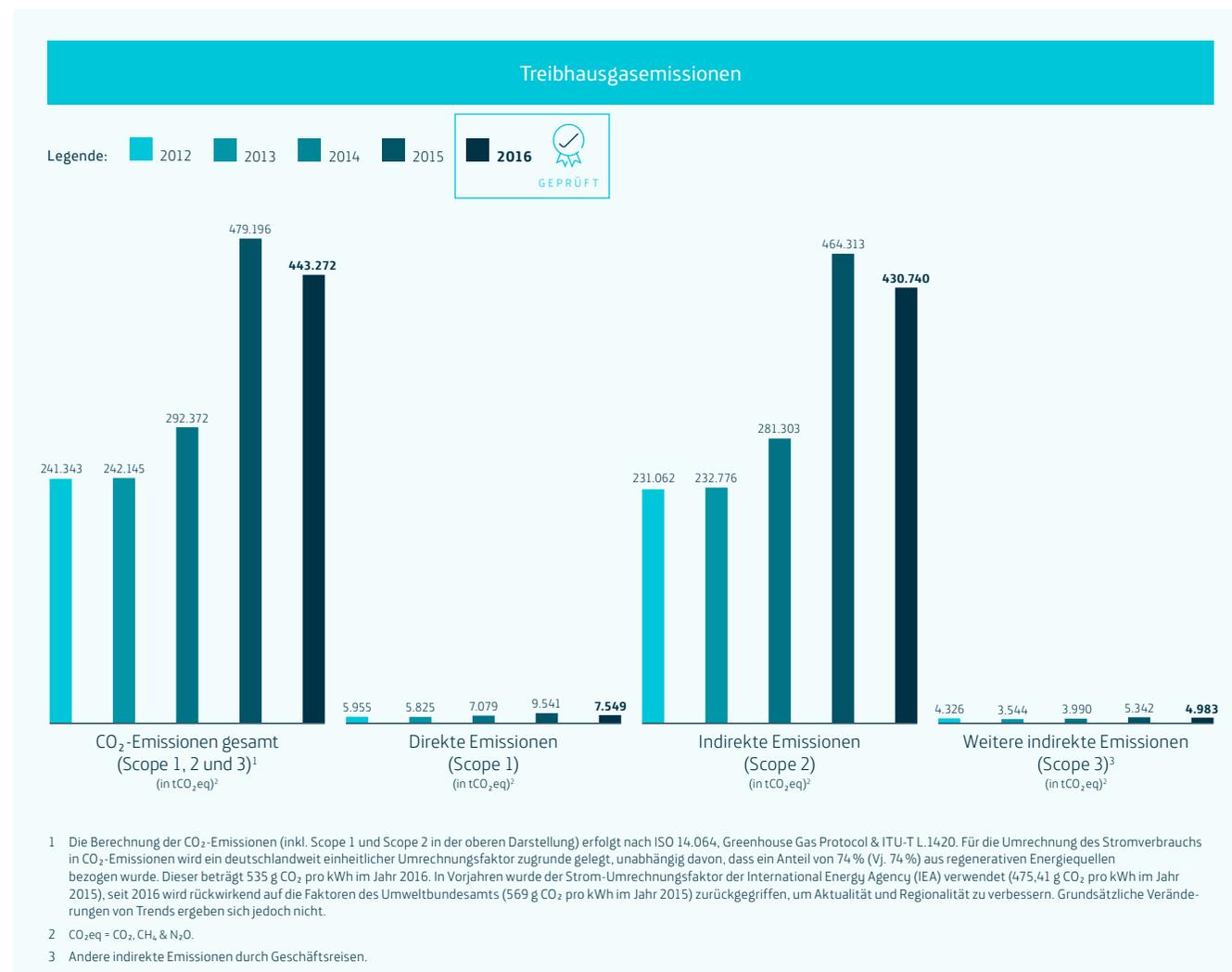
5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Treibhausgasemissionen 2012–2016



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Energiewende auch in unseren betrieblichen Prozessen

Am Standort Düsseldorf greifen wir beispielsweise mit dem Betrieb von zwei Blockheizkraftwerken (BHKW) auf eine dezentrale, klimafreundliche und effiziente Versorgung des dortigen Rechenzentrums zurück. Dort werden IT-Dienstleistungen für alle wichtigen Unternehmensbereiche erbracht und die Daten von Millionen unserer Kunden gespeichert. Die BHKW mit einem Wirkungsgrad von 83 % können redundant betrieben werden und entsprechen damit – auch beim möglichen Ausfall des öffentlichen Netzes – höchsten Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen. Besonders positive Umwelteffekte erreichen wir durch die Nutzung von Biogas als Energieträger, womit Kälte und Strom quasi klimaneutral erzeugt werden können. 2016 haben unsere BHKW 0,7 GWh Strom erzeugt, sodass wir 360 Tonnen CO₂ einsparen konnten.

Unseren neuen zentralen Logistikstandort für Mobilfunk-Hardware in Harsewinkel lassen wir komplett mit erneuerbaren Energien versorgen. So werden die Lagerhallen mittels Erdwärme klimatisiert, während Photovoltaikanlagen Sonnenenergie zur Stromerzeugung nutzen. Mit dem Ziel einer höheren Energieeffizienz haben wir im Jahr 2016 zudem an mehreren Bürostandorten Maßnahmen ergriffen. In Frankfurt am Main wurden neue Klimageräte installiert, die über eine verbesserte Regelung und höhere Wirkungsgrade verfügen. In Teltow trägt eine neue sensorgesteuerte Beleuchtung zu Energieeinsparungen bei.

Bereits seit 2013 nehmen wir am Programm „GoGreen“ der Deutschen Post DHL teil und haben 2016 auf diese Weise 1.012 Tonnen CO₂-Emissionen kompensiert (2015: 1.420 Tonnen), die beispielsweise durch den Versand von Rechnungen oder Zahlungserinnerungen an Kunden verursacht werden.

Konzepte für eine klimaschonende Mobilität

Auf dem Gebiet der klimaschonenden Mobilität haben wir uns für die kommenden Jahre verbindliche Ziele gesetzt. Bis zum Jahr 2018 wollen wir 10 % weniger CO₂-Emissionen durch Geschäftsreisen verursachen (Basisjahr 2015). Wir werden bis dahin eine darauf abgestimmte neue Reiserichtlinie entwickeln und ein Konzept für mehr Klimaschutz bei Fahrten vom und zum Arbeitsort umsetzen. Die durchschnittlichen Flottenemissionen unseres Fuhrparks wollen wir bis zum Jahr 2020 auf 95 g CO₂/km reduzieren, indem wir die Anzahl der Fahrzeuge mit hohen CO₂-Emissionen begrenzen und Elektroautos finanziell unterstützen.

Bereits heute ersetzen wir wann immer möglich Geschäftsreisen durch Video- und Telefonkonferenzen. Zudem eröffnen wir mit Home-Office-Arbeitsplätzen mehr Möglichkeiten, den Pendelverkehr zu begrenzen. An weiteren Maßnahmen im Zuge einer neuen Reiserichtlinie arbeiten wir kontinuierlich. Wir prüfen dabei eine stärkere Nutzung der Bahn anstelle von Firmen- und Mietwagen sowie alternative Konzepte wie Car-Sharing, Mitfahrportale und Fahrrad-Leasing-Modelle.



„Gemeinsam mit unseren Partnern sorgen wir dafür, dass gebrauchte Mobilgeräte wiedervermarktet oder fachgerecht entsorgt und somit enorme Ressourcen eingespart werden.“

DANIEL BÜCHLE
Geschäftsführer der AfB gemeinnützige GmbH



Die AfB (Arbeit für Menschen mit Behinderung) ist Hauptabnehmer gebrauchter IT-Geräte der Telefónica Deutschland Group. Die gemeinnützige GmbH ist darauf spezialisiert, ausgemusterte IT-Hardware von Konzernen und öffentlichen Einrichtungen zu übernehmen. Nach Aufbereitung und zertifizierter Datenlöschung verkauft AfB die Geräte wieder. Nicht funktionsfähige Geräte werden fachgerecht und ökologisch einwandfrei entsorgt. Das Besondere an AfB: Alle Arbeitsschritte im Unternehmen sind barrierefrei gestaltet, sodass sie behinderte und nicht behinderte Menschen gemeinsam ausführen können.

Ressourcenschutz
AfB



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 **Ressourcenschutz**

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Weniger natürliche Ressourcen verbrauchen

Die Schonung von Ressourcen und ein verantwortungsvoller Umgang mit Abfällen sind feste Bestandteile unseres Engagements für den Umweltschutz, das wir mit konkreten Maßnahmen stetig ausbauen.

Unser Commitment_ Wir setzen bis 2020 jedes Jahr mindestens eine weitere relevante Maßnahme zum Schutz von Ressourcen in unseren Strukturen und Prozessen um.

Deutlicher Rückgang beim Papierverbrauch

Wir versenden Dokumente und Nachrichten an unsere Kunden bevorzugt in digitaler Form und wollen den Anteil an papierloser Kommunikation weiter ausbauen. Der Anteil an Online-Rechnungen soll beispielsweise bis 2018 gegenüber dem Basiswert von 90,4 % im Jahr 2015 um 2 % jährlich erhöht werden. Durch fortlaufende Prozessoptimierungen und die Digitalisierung unserer Arbeitswelt konnten wir unseren Papierverbrauch 2016 in Büros, Shops und Call-Centern gegenüber dem Vorjahr um 26 % auf 102,5 Tonnen senken.

Bereits seit 2014 nutzen wir an allen deutschen Telefónica Bürostandorten Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“. Bis Ende 2017 planen wir die komplette Umstellung auf Recyclingpapier

in allen Büros, Call-Centern und Shops der Telefónica Deutschland Group. Umweltfreundliche Papiertüten in unseren O₂ Shops sind seit langem eine Selbstverständlichkeit für unsere Kunden.

Verantwortlicher Umgang mit Netzwerktechnik und Hardware

Bei der Netzwerkkonsolidierung achten wir im Zuge der Demontage tausender Basisstationen streng auf die Einhaltung ökologischer Standards. Im Rahmen unseres Abfallmanagements streben wir größtmögliche Transparenz an: über die entstehenden Mengen, die Herkunft, Entsorgungswege sowie die Abfallarten – etwa Metalle, Elektronik oder Flüssigkeiten. Im Berichtsjahr haben wir einheitliche Abfallrichtlinien für den Umgang mit diesen Stoffen verabschiedet. Wir geben dabei der Wiederverwertung durch zertifizierte Abfallmanagement-Unternehmen wo immer möglich den Vorrang. Gefährliche Abfälle aus unserem Netzwerkbereich werden von geprüften Dienstleistern umweltgerecht entsorgt.

Ausgediente IT-Geräte wie PCs, Notebooks und Flachbildschirme übergeben wir der gemeinnützigen GmbH AfB, in der zu mehr als der Hälfte Menschen mit Behinderung beschäftigt sind. Sie garantiert eine zertifizierte Löschung der Festplatten, reinigt die Geräte und verkauft diese mit Garantie weiter. Nicht mehr funktionstüchtige Hardware wird von der AfB nach der Datenlöschung fachgerecht entsorgt. 2016 wurden 19,7 Tonnen Hardware erfasst, wovon 63 % der erneuten Nutzung zugeführt werden konnten, während der Rest in das Recycling ging.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Handyrecyclingprogramm fördert Umweltbewusstsein

Wir haben uns auch 2016 mit dem Handyrecyclingprogramm für mehr Ressourcenschonung eingesetzt. Das in Partnerschaft mit dem [NABU](#) (Naturschutzbund Deutschland e.V.) und der [AfB](#) durchgeführte Programm sorgt dafür, dass funktionsfähige Geräte zertifiziert gelöscht, wiederaufbereitet und weiter genutzt werden können. Nicht mehr funktionsfähige Handys werden sicher entsorgt. Für jedes eingegangene Handy erhält der NABU einen Geldbetrag zur Renaturierung der Unteren Havel.



Im Jahr 2016 gelang es uns, 62.361 Althandys einzusammeln, 36 % mehr als im Vorjahr. Davon gingen 51.145 Althandys ins Recycling und 11.216 in die Wiedervermarktung. Für die Wiederverwertung sind zusätzlich 55.703 gebrauchte Endgeräte außerhalb des Handyrecyclingprogramms bei uns eingegangen. Die Anzahl der insgesamt eingesammelten Geräte lag damit bei 118.064 Althandys.



118.064

eingesammelte Althandys

Für noch mehr Aufmerksamkeit in Sachen Recycling suchen wir den direkten Kontakt zu unseren Kunden. Bei der Europäischen Woche der Abfallvermeidung im November 2016 haben wir die Nutzer im O₂ Live Concept Store in Berlin rund um die Themen Handyrecycling und Wiederverwertung informiert. Sie konnten ihre Geräte von Experten prüfen, reinigen, optimieren oder recyceln lassen und nahmen zudem Tipps für eine nachhaltige Handynutzung mit auf den Weg.

Eco-Index für mehr Kundensouveränität

Mit dem Eco-Index können O₂ Mobilfunk-Kunden mehr über die Auswirkungen ihres Handys auf Umwelt und Gesellschaft erfahren. Anhand einer Skala von 0 bis 5 finden sich hier Detailinformationen zu Energieverbrauch, CO₂-Emissionen, Entsorgung, ethischen Standards sowie Rohstoffeinsatz, Produktion und Nutzung. Bis Ende 2016 lag der Anteil unseres vom [Eco-Index](#) abgedeckten aktuellen Produktportfolios (Smartphones und Feature-Phones) bei rund 92 %.

92%

vom Eco-Index abgedeckter Anteil
des aktuellen Produktportfolios





„Städte spielen eine entscheidende Rolle beim Klimaschutz. Wir sehen ein großes Potenzial in der Nutzung von Mobilfunkdaten, um Schadstoffemissionen in Städten zu verringern und gemeinsam innovative Maßnahmen voranzutreiben.“

ANDREA RUMIZ
Director Key Accounts der South Pole Group



Städte kämpfen mit einer immer höheren CO₂-, Feinstaub- und Stickstoffoxid-Belastung. Bevor die Kommunen jedoch Gegenmaßnahmen anstoßen können, brauchen sie präzise Daten darüber, wo die Belastung besonders hoch ist. Ein Pilotprojekt in Nürnberg zeigt, wie Städte mithilfe der smarten Datenanalyse bei dieser Aufgabe unterstützt werden. Telefónica NEXT beteiligt sich mit anonymisierten Mobilfunkdaten an diesem Projekt, gemeinsam mit der auf Nachhaltigkeitslösungen spezialisierten South Pole Group, den Datenanalyse-Experten von Teralytics und der Stadt Nürnberg.

Green Services 
South Pole Group 

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

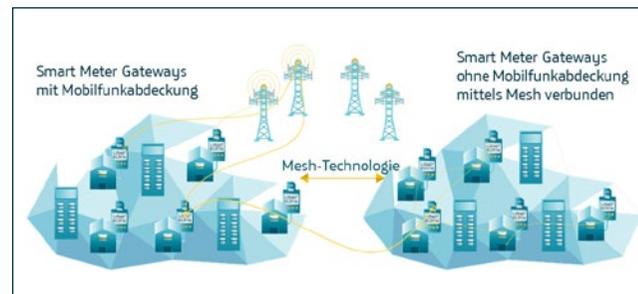
6.0 Daten & Fakten

Digitale Innovationen für Energieeffizienz und Mobilität

Wir möchten mit unseren Produkten und Dienstleistungen das Leben einfacher machen und zugleich die Umwelt schonen. Die innovativen Lösungen sollen unseren Kunden und der ganzen Gesellschaft helfen, selbst noch nachhaltiger und energieeffizienter zu handeln.

Digitale Angebote zur Beschleunigung der Energiewende

Die Telefónica Deutschland Group hat mit Smart Meter Connect als einer der ersten Anbieter eine Kommunikationslösung zur Digitalisierung der Energiewende entwickelt. Mit einer Kombination aus Mobilfunk und Breitband-Powerline können Verbrauchsdaten in Echtzeit, automatisch, sicher und schnell an Energieversorger und Nutzer übermittelt werden. Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir bereits über 1.000 Unternehmen mit intelligenten Technologien ausgestattet, die mehr Transparenz und Effizienz beim Energieverbrauch ermöglichen. Smart Meter Connect erfüllt zudem die höchsten Sicherheits- und Datenschutzstandards, die das neue Digitalisierungsgesetz aus dem Jahr 2016 verlangt.



Smarte Datenanalyse für eine bessere Verkehrsplanung in den Städten

Viele deutsche Städte kämpfen mit Luftverschmutzung. Besonders der motorisierte Individualverkehr führt nicht nur zu hohen CO₂-, Feinstaub- und Stickstoffoxid-Belastungen, sondern auch zu mehr Stress durch Lärm. Viele Potenziale für eine zukunftsorientierte Mobilität können mithilfe intelligenter Datenanalysen erschlossen werden, die herkömmlichen Methoden oft überlegen sind. Dies zeigt eine Reihe von Forschungsvorhaben und Pilotprojekten der Telefónica Deutschland Group, die derzeit gemeinsam mit Entwicklungspartnern, der Wissenschaft und deutschen Großstädten umgesetzt werden:

Hamburg: Zukunftsvision On-Demand-Mobilität mit Shuttle

Ein flexibles und bedarfsorientiertes Shuttle-System, integriert in das System des öffentlichen Nahverkehrs, würde zu einer besseren Auslastung von Fahrzeugen und damit zu weniger Gesundheitsrisiken führen. Das ist das zentrale Ergebnis einer in Hamburg durchgeführten Studie der Mitfahr-App flinc, für die Telefónica NEXT anonymisierte Mobilfunkdaten analysiert hat. Anhand der Handynutzung konnten 35 Millionen Fahrbewegungen berechnet und damit entsprechende Modelle des Shuttle-Verkehrs simuliert werden.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

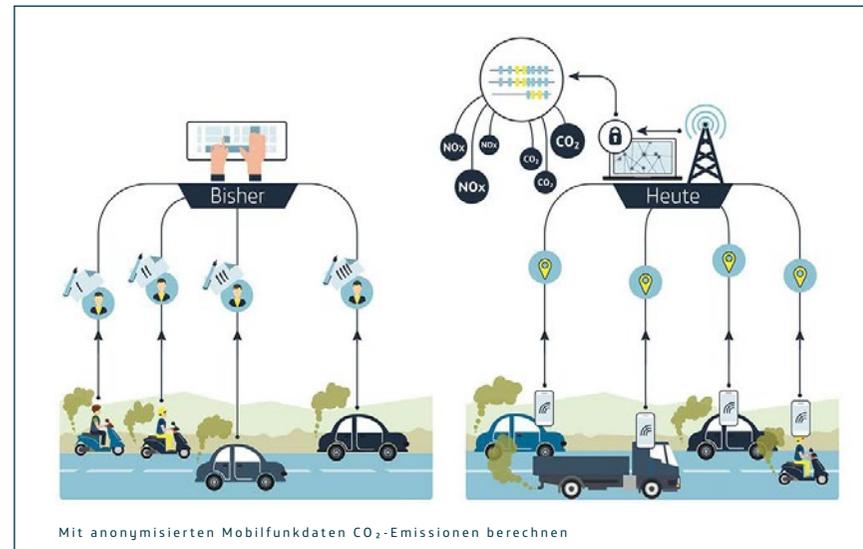
6.0 Daten & Fakten

Stuttgart: mit anonymisierten Daten gegen den Stau

Besonders in der baden-württembergischen Landeshauptstadt gibt es angesichts vieler Staus und einer schlechten Luftqualität hohen Bedarf für eine optimierte Verkehrsplanung auf Basis präziser Verkehrsdaten. In einer Studie hat das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO geprüft, inwieweit Mobilfunkdaten für eine verlässliche Verkehrsplanung genutzt werden können. Als ein Ergebnis bestätigt das Institut das Potenzial von Mobilfunkdaten für die Verkehrsplanung. Für diese Untersuchung steuerten wir die anonymisierten Mobilfunkdaten bei.

Nürnberg: intelligente Messung der Verkehrsströme hilft Klimaschutz

Wir beteiligen uns an einem Klimaschutzprojekt in Nürnberg, das ebenfalls die hohen verkehrsbedingten Emissionen ins Visier nimmt. Im Mittelpunkt steht die Erfassung der Verkehrsströme mit der Frage „Wie schnell legen die Verkehrsteilnehmer mit welchem Transportmittel welche Strecke zurück?“. Die smarte Analyse der Mobilfunkdaten kann darauf wichtige Antworten geben, sodass die Stadt künftig gezielte Maßnahmen in besonders belasteten Regionen anstoßen kann. Partner in dem Projekt sind die auf Nachhaltigkeitslösungen spezialisierte South Pole Group sowie die Datenanalyse-Experten Teralytics. Das Vorhaben wird von Low Carbon City Lab (LoCaL), einem EU-Programm von Climate-KIC, gefördert.



Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

5.1 Umweltmanagement

5.2 Energie & CO₂-Reduktion

5.3 Ressourcenschutz

5.4 Green Services

5.5 Mobilfunk und Gesundheit

6.0 Daten & Fakten

Mobilfunk: Sicherheit und Gesundheit zuerst

Wir achten streng auf die Einhaltung aller Grenzwerte bei Handys und Mobilfunkbasisstationen. Zugleich informieren wir unsere Kunden transparent über SAR-Werte unserer Produkte. Auch beim Betrieb unseres Netzes und bei der Umrüstung auf den LTE-Standard folgen wir den gesetzlichen Vorschriften als Voraussetzung für die behördlichen Genehmigungen. Beim Auf- und Ausbau unserer Telekommunikationsinfrastruktur setzen wir besonders auf die Zusammenarbeit mit den Kommunen. Diese Partnerschaft ist 2016 mit der Verlängerung des Mobilfunkpakts Bayerns und der Umsetzung des Förderprogramms zur Erfassung elektromagnetischer Felder (FEE) in Bayern erneut gestärkt worden. Im Rahmen des Programms erhalten bayerische Kommunen eine finanzielle Unterstützung für Mobilfunkmessungen und zugehörige Prognoseberechnungen. Dies ist Teil unserer seit 2001 geltenden Selbstverpflichtung gegenüber der Bundesregierung, deren Einhaltung fortlaufend extern überprüft wird.

Elektromagnetische Felder: Auswirkungen stets unter Kontrolle

Besondere Anliegen sind uns die Aufklärungsarbeit und die Forschung auf dem Gebiet elektromagnetischer Felder. Die von uns mit Daten zur Mobilfunknutzung unterstützte Mobi-Kids-Studie untersucht, ob Kommunikationstechnologien zu den Risikofaktoren für die Entstehung von Hirntumoren bei jungen Menschen gehören. Die Untersuchung wird durch die Ludwig-Maximilians-Universität München durchgeführt und unter anderem durch das Bundesamt für Strahlenschutz sowie die Europäische Kommission finanziert.

Gemeinsam mit der Telekom Deutschland führen wir online das Informationsangebot des Informationszentrums Mobilfunk e.V. (IZMF) fort, das Ende 2015 seine Tätigkeit eingestellt hat. Damit sorgen wir dafür, dass die vom IZMF erarbeiteten Informationen zu Gesundheit, Forschung und Technik öffentlich verfügbar bleiben. [➤](#) Ergänzend erfolgen redaktionelle Online-Beiträge in den Themenfeldern Mobilfunk und Gesundheit, Verbraucherschutz sowie zur Technologieentwicklung.

Gefahrlose Handynutzung durch Einhaltung der SAR-Werte

Als maßgeblichen Bewertungsstandard für die Auswirkungen eines Mobiltelefons nutzen wir die spezifische Absorptionsrate, genannt SAR-Wert. Dieser beschreibt die Energiemenge, die der menschliche Körper bei der Nutzung aufnimmt. Das SAR-Maximum wurde von der Europäischen Union auf 2 W/kg begrenzt. Die entsprechenden Prozesse unterliegen den europäischen Normen EN 50360 und 50361. Die SAR-Werte von Handys liegen meist sogar deutlich unter den erlaubten Grenzwerten, da die Geräte ihre Sendeleistungen automatisch regeln und bei Bedarf minimieren. Unseren Kunden bieten wir unter www.o2.de sowie auf einer speziellen [➤](#)Themen-seite die Möglichkeit, den genauen SAR-Wert ihres Mobiltelefons zu ermitteln und sich über den Gesundheitsschutz zu informieren.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Daten & Fakten

+

6.0



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Kennzahlen in der Übersicht

Wir messen unsere CR-Leistungen anhand von Kennzahlen und stellen diese in den nachfolgenden Tabellen dar. Die Kennzahlen gelten für die Telefónica Deutschland Group und beziehen sich auf das jeweilige Geschäftsjahr.

Kennzahlen	Einheit	2015	2016
Ökonomische Kennzahlen			
Umsatzerlöse	Mio. EUR	7.888	7.503
Operatives Ergebnis (OIBDA)	Mio. EUR	1.804	2.069
Zahlungen an Mitarbeiter	Mio. EUR	655	646
Investitionen in CapEx Exklusive der Investitionen in Spektrum, inklusive aktivierter Fremdkapitalkosten.	Mio. EUR	1.032	1.102
Zahlungen an öffentliche Verwaltungen	Mio. EUR	715	633
Investment in Forschung und Entwicklung	Mio. EUR	293	207
Standorte mit Zertifikaten Qualität (DIN EN ISO 9001), Umwelt (DIN EN ISO 14001), seit 2016 Energie (DIN EN ISO 50001)	%	100	100
Kunden			
Gesamtzahl Anschlüsse	Anzahl	48.363.000	49.346.000
Festnetzanschlüsse	Anzahl	1.997.810	2.010.000
Mobilfunkanschlüsse	Anzahl	43.063.000	44.321.000
Breitbandanschlüsse	Anzahl	2.098.020	2.104.000
Andere Anschlüsse	Anzahl	1.204.630	911.000
Index zur Kundenzufriedenheit	Index	7,47	7,22
Lieferkette			
Die Daten 2015 zur Lieferkette wurden um die Produktgruppe „Mobilität“ zur Vergleichbarkeit der Jahre 2015 und 2016 angepasst.			
Einkaufsvolumen	Mio. EUR	5.208	4.631
davon: Volumen bei Lieferanten in Deutschland	Mio. EUR	3.855	3.235
Lieferanten	Anzahl	761	778
davon: Lieferanten in Deutschland	Anzahl	611	625
Anteil inländischer Lieferanten	%	80	80
Anteil am Volumen an inländische Lieferanten	%	74	70
Anteil der neuen Lieferanten, die auf ökologische Kriterien, Arbeitsbedingungen und Menschenrechte untersucht wurden	%	0	100
Anzahl von Lieferantenaudits (SUMA)	Anzahl	41	43



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.1 Kennzahlentabelle

Kennzahlen

Einheit

2015

2016

Compliance

Anteil Mitarbeiter, die zu den Unternehmensgrundsätzen geschult wurden	%	83,1	82,8
Anteil auf Basis der Mitarbeiteranzahl der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG ohne Mitarbeiter in Auszeit und ohne externe Berater (Mitarbeiterbasis 5.515, Vj. 4.719). In die Berechnung fließen die 4.565 absolvierten Trainings vom 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2016 ein, da der Trainingsturnus drei Jahre beträgt.			
Vorfälle zu Korruption, Diskriminierung, Verletzung der Geschäftsgrundsätze, wettbewerbswidrigem Verhalten, Verstößen gegen das Kartellrecht oder monopolistischen Praktiken, Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	Anzahl	1	2
Zuwendungen an politische Parteien	EUR	0	0
Verstöße gegen gesetzliche Regelungen zum Datenschutz	Anzahl	3	1
Im Jahr 2016 gab es 236 Datenschutzmeldungen (Vj. 71) der Telefónica Deutschland Group zu Vorfällen nach § 109a TKG an die Datenschutzaufsichtsbehörden.			
Anzahl von Beschwerden zum Datenschutz	Anzahl	3	4
Begründete Einwände gegen Werbeverhalten	Anzahl	22	9

Gesellschaft

Spenden an gemeinnützige Projekte	EUR	466.637	423.175
Die Angaben enthalten nicht den monetären Wert der Zeit- und Sachspenden in Höhe von 18.438 EUR (Vj. 46.588 EUR). Die Differenz von 224.910 EUR (Vj. 294.525 EUR) zum Geschäftsbericht ist der Spendenanteil an die Fundación Telefónica im Rahmen des Think Big Programms.			
Zeitspenden	EUR	26.350	18.438
Das von Mitarbeitern geleistete ehrenamtliche Engagement wird in Stunden erfasst. Multipliziert mit einem gemittelten Stundensatz errechnet sich die Angabe in EUR.			
Teilnehmer Think Big (Jugendliche)	Anzahl	19.518	20.453
Die Differenz von 2.523 Jugendlichen im Geschäftsbericht 2016 ergibt sich durch das Ergänzen von Teilnehmern, die im Rahmen der Think Big Schultour inspiriert wurden. Sie wurden zu den erreichten und inspirierten Jugendlichen des Think Big Programms im Jahr 2016 dazugezählt.			
Teilnehmer an Tablet PCs für Senioren	Anzahl	1.400	1.249
Die Differenz von 270 Personen im Geschäftsbericht 2016 ergibt sich durch das Ergänzen von Teilnehmern, die die Geräte bei Veranstaltungen ausprobiert oder sich über das Projekt informiert haben. Sie wurden zu den 979 Teilnehmern, die direkt mit den ausgeliehenen Tablet PCs gearbeitet haben, dazugezählt.			
Teilnehmer am Corporate-Volunteering-Programm (Mitarbeiter)	Anzahl	42	127
Aufgrund der unterschiedlichen Rechtsträger Telefónica Germany GmbH & Co. OHG und E-Plus Mobilfunk GmbH nach dem Merger konnte das Volunteering-Konzept bisher nicht auf beide Unternehmen übertragen werden, insofern hat nur vereinzelt Volunteering stattgefunden.			



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.1 Kennzahlentabelle

Kennzahlen

Einheit

2015

2016

Mitarbeiter

Gesamtbelegschaft (PIP) ohne inaktive Mitarbeiter zum Stichtag 31. Dezember	Anzahl	8.803		8.843
Die Angaben umfassen hier und im Bericht – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht 2016 veröffentlichten Anzahl in Höhe von 9.476 (Vj. 9.464) Mitarbeitern entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.	People in place (PIP)			
Eine regionale Aufteilung ist bei den Mitarbeiterkennzahlen nicht notwendig, da Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group nur in Deutschland beschäftigt sind. Saisonale Schwankungen und Aufteilung nach Leiharbeitern sind nicht relevant. Dies gilt für alle Mitarbeiterzahlen.				
Gesamtbelegschaft (FTE)	Anzahl Vollzeit äquivalent (FTE)	8.316		8.385
Teilzeitangestellte	Anzahl People in place (PIP)	1.528		1.539
Festangestellte unbefristet	Anzahl People in place (PIP)	8.022		8.096
Ohne Werkstudenten, Diplomanden und Praktikanten, aber inkl. Aushilfen und Auszubildende; ohne TGR (Telefónica Global Roaming) und TGS (Telefónica Global Services).				
Mitarbeiter Telearbeit	Anzahl	314		332
Arbeitnehmer, für die Kollektivvereinbarungen gelten	Anzahl	7.170		6.638
Mitarbeiter mit Behinderung	Anzahl	229		234
Auszubildende	Anzahl	120		83
Nationalitäten der Mitarbeiter	Anzahl	73		74
Frauen in der Belegschaft	Anzahl	3.314		3.417
Anteil weiblicher Angestellter	%	37,6		38,6
Gesamtzahl Senior Manager (inkl. Vorstand)	Anzahl	68		62
Frauen im Senior Management	Anzahl	10		10
Anteil Frauen im Senior Management	%	15,2		16
Mitarbeiter mit Behinderung im Senior Management	Anzahl	k.A.		2
Nationalitäten im Senior Management	Anzahl	k.A.		4
Durchschnittsalter der Mitarbeiter im Senior Management	Jahre	k.A.		46,9
Weibliche Mitglieder im Vorstand	Anzahl	1		1
Angaben wurden im Vergleich zum CR-Report 2015 aufgrund veränderter Definitionen geringfügig angepasst.				
Weibliche Mitglieder im Vorstand	%	33		33
Gehaltsabweichung zwischen Männern und Frauen: Prozentsatz des durchschnittlichen Lohns von Frauen im Vergleich zum Durchschnitt bei den Männern	Abweichung in %	0,79		0,77
Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen im Senior Management	Abweichung in %	0,85		0,97
Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen im mittleren Management	Abweichung in %	0,95		0,78
Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen als Manager (restliche Belegschaft)	Abweichung in %	0,83		0,78
Durchschnittsalter der Mitarbeiter	Jahre	39,5		39,7
Detaillierte Aufstellung nach Alter und Geschlecht auf S. 33.				



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.1 Kennzahlentabelle

Kennzahlen

Einheit

2015

2016

Mitarbeiter

Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit	Jahre	8,92	8,62
Gesamtausgaben für Mitarbeitertrainings	Mio. EUR	5,8	7,0
Absolvierte Trainingsstunden von Mitarbeitern	Anzahl	172.574	69.348
Seit 2016 liegt die Trainingsverantwortung in den Fachbereichen. Die Angaben für 2016 spiegeln daher das Ergebnis aus zentralen Lernmanagement-Systemen wider. Es gibt weitere Trainingsstunden, die aber in den Fachbereichen nicht dokumentiert sind. Ebenso stieg die Nachfrage an externen Trainings und Online-Angeboten aus sozialen Medien wie z.B. YouTube zum „Learning on Demand“, wodurch sich die Teilnahme an internen Schulungen reduziert hat.			
Durchschnittliche Trainingsstunden pro Mitarbeiter	Anzahl	19,6	7,8
Teilnehmer an Trainings	Anzahl	8.819	7.177
Aufgrund von unterjähriger Fluktuation liegt diese Zahl im Jahr 2015 höher als die Gesamtzahl der Mitarbeiter, die nach dem Stichtag 31. Dezember ermittelt wurde.			
Zufriedenheit der Mitarbeiter (Reflect-Score)	Punkte (max. 100)	67	61
Mitarbeiterfluktuation	Anzahl	2.099	1.537
Mitarbeiterfluktuation	%	22,1	17,8
Die Angaben umfassen hier und in den nachfolgenden Darstellungen – sofern nicht anders gekennzeichnet – jeweils festangestellte sowie temporär beschäftigte Mitarbeiter (Kopfzahl) zum Stichtag 31. Dezember. Die Differenz zu der im Geschäftsbericht veröffentlichten Anzahl in Höhe von 17,9% im Jahr 2016 (Vj. 21,8%) entfällt auf inaktive Mitarbeiter, die für Zwecke der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden.			
davon weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	304 (14%)	163 (10,6%)
davon männliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	382 (18%)	192 (12,5%)
davon weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	162 (8%)	94 (6,1%)
davon männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	230 (11%)	127 (8,3%)
davon weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	256 (12%)	220 (14,3%)
davon männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	390 (19%)	329 (21,4%)
davon weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	86 (4%)	96 (6,2%)
davon männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	228 (11%)	220 (14,3%)
davon weibliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	19 (1%)	36 (2,3%)
davon männliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	42 (2%)	60 (3,9%)
Neu eingestellte Mitarbeiter	Anzahl	547	1.554
Neu eingestellte Mitarbeiter	%	5,8	18,0
davon weibliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	133 (24%)	336 (21,6%)
davon männliche Mitarbeiter < 30 Jahre	Anzahl (%)	187 (34%)	415 (26,7%)
davon weibliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	33 (6%)	151 (9,7%)
davon männliche Mitarbeiter 30–34 Jahre	Anzahl (%)	72 (13%)	177 (11,4%)
davon weibliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	34 (6%)	119 (7,7%)
davon männliche Mitarbeiter 35–44 Jahre	Anzahl (%)	54 (10%)	182 (11,7%)
davon weibliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	10 (2%)	66 (4,2%)
davon männliche Mitarbeiter 45–54 Jahre	Anzahl (%)	19 (4%)	71 (4,6%)



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.1 Kennzahlentabelle

Kennzahlen

Einheit

2015

2016

Mitarbeiter

davon weibliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	1 (0%)	25 (1,6%)
davon männliche Mitarbeiter > 54 Jahre	Anzahl (%)	4 (1%)	12 (0,8%)
Freiwillige Austritte (Voluntary Rotation Index)	%	5,5	4,9
Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch genommen haben (Männer/Frauen)	Anzahl	757 (218 Männer, 539 Frauen)	752 (228 Männer, 524 Frauen)
Frauen mit mehrfachen Einträgen wurden jeweils als einzelne Elternzeitler betrachtet, Männer mit doppelten Einträgen wurden als einfache Elternzeitler eingerechnet, bei mehr als zwei Einträgen bei Männern wurde individuell entschieden. Elternzeitler in Teilzeit werden als aktive Mitarbeiter betrachtet. Weitere Kennzahlen zur Elternzeit auf S.36.			
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit			
Abwesenheitsrate	Rate	0,05	0,06 (0,05 Männer, 0,07 Frauen)
(Anzahl der Ausfalltage/Gesamtzahl der Arbeitstage im Jahr) Angaben wurden im Vergleich zum CR-Report 2015 in der Ermittlungsmethodik angepasst. Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.			
Unfallrate	Rate	0,19	0,19 (0,22 Männer, 0,12 Frauen)
(Gesamtzahl der Unfälle/Arbeitsstunden im Jahr) x 200.000			
Ausfalltagequote	Rate	2,09	1,77 (2,41 Männer, 0,73 Frauen)
(Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen/Arbeitsstunden im Jahr) x 200.000			
Anzahl an Berufskrankheiten	Anzahl	0	0
Gemeldete Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen	Anzahl	199	153
Todesfälle	Anzahl	0	0
Arbeitsunfälle, die in Ausfalltagen resultierten	Anzahl	18	16
Gemeldete Ausfalltage aufgrund jeglicher Art von Erwerbsunfähigkeit	Anzahl	123.656	120.437
Angaben wurden im Vergleich zum CR-Report 2015 in der Ermittlungsmethodik angepasst. Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.			
Trainingsstunden Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Stunden	4.501	4.103
Durchgeführte medizinische Untersuchungen	Anzahl	364	244

Umwelt

Energie und CO₂-Emissionen

Energieverbrauch gesamt	GWh	859	843
Der Stromverbrauch Netzwerk ergibt sich aus der Anzahl der Standorte für Mobilfunk und Festnetz multipliziert mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch je Standort. Dieser wurde auf Basis von historischen Verbrauchsdaten ermittelt. Detaillierte Aufstellung auf S.66.			
Stromverbrauch gesamt	GWh	817	803
davon Netzwerk und Rechenzentren	GWh	776	775
davon Büros, Shops, Call-Center	GWh	41	28
Anteil des Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energien	%	74	74

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.1 Kennzahlentabelle

Kennzahlen

Einheit

2015

2016

Umwelt

Kraftstoffverbrauch gesamt	GWh	42	40
Der Kraftstoffverbrauch (in Form von Diesel, Erdgas und Fernwärme) umfasst lediglich die per Direktvertrag zwischen Versorger und Telefónica versorgten Einheiten (72 % der Datenzentren und Verwaltungsgebäude, 4 % der Call-Center und 13 % der Shops (bezogen auf die Fläche in Quadratmetern)) in Abgrenzung zu jenen Einheiten, bei denen die Versorgung über den Vermieter der Einheit verwaltet wird.			
Energie aus erneuerbaren Energiequellen	GWh	602	591
Energieintensität	GWh/PB	0,41	0,30
Die Energieintensität ergibt sich aus dem Energieverbrauch gesamt geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.			
CO ₂ -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3)	tCO ₂ eq CO ₂ eq = CO ₂ , CH ₄ & N ₂ O	479.196	443.272
Die Berechnung der CO ₂ -Emissionen (inkl. Scope 1 und Scope 2 in der nachfolgenden Darstellung) erfolgt nach ISO 14.064, Greenhouse Gas Protocol & ITU-T L.1420. Für die Umrechnung des Stromverbrauchs in CO ₂ -Emissionen wird ein einheitlich deutschlandweiter Umrechnungsfaktor zugrunde gelegt, unabhängig davon, dass ein Anteil von 74 % (Vj. 74 %) aus regenerativen Energiequellen bezogen wurde. Dieser beträgt 535 g CO ₂ pro kWh im Jahr 2016. In Vorjahren wurde der Strom-Umrechnungsfaktor der International Energy Agency (IEA) verwendet (475,41 g CO ₂ pro kWh im Jahr 2015), seit 2016 wird rückwirkend auf die Faktoren des Umweltbundesamts (569 g CO ₂ pro kWh im Jahr 2015) zurückgegriffen, um Aktualität und Regionalität zu verbessern. Grundsätzliche Veränderungen von Trends ergeben sich jedoch nicht.			
Direkte Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ eq	9.541	7.549
Indirekte Emissionen (Scope 2)	tCO ₂ eq	464.313	430.740
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) Andere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen.	tCO ₂ eq	5.342	4.983
Vermiedene Emissionen	tCO ₂ eq	345.167	315.738
THG-Intensität	tCO ₂ e/PB	171,4	211,1
Die Treibhausgas-Intensität ergibt sich aus den CO ₂ -Emissionen gesamt (Scope 1, 2 und 3) geteilt durch das Datenvolumen in Petabyte.			
Standorte für Mobilfunkstationen			
Mobilfunkstandorte gesamt	Anzahl	rund 40.000	rund 35.000
Die Anzahl der Standorte beinhaltet nur Standorte ohne Richtfunkanbindungen (Rifu-Repeater), BSC (Base Station Controller)-/RNC (Radio Network Controller)-Standorte. Im CR-Report 2015 hatten wir rund 44.000 Mobilfunkstandorte inkl. Richtfunk und BSC/RNC berichtet.			
Standorte in Naturschutzgebieten	Anzahl	81	80
Standorte, die mit anderen Netzbetreibern geteilt werden	Anzahl	5.004	4.924
Messungen elektromagnetischer Felder	Anzahl	3.739	5.500
Investitionen und Ausgaben für die Messung elektromagnetischer Felder	EUR	3.264.260	5.500.000
Wasser			
Wasserverbrauch	m ³	87.127	72.374
Die Daten des Wasserverbrauchs beruhen teilweise auf Hochrechnungen.			
Umweltmanagement			
Umweltschulungen für Mitarbeiter	Stunden	182	80
Die Schulungen umfassen Online- und Face-to-face-Schulungsmodule.			

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.1 Kennzahlentabelle

Kennzahlen

Einheit

2015

2016

Umwelt

Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz EUR 445.182 304.179

Die Aufwendungen und Investitionen setzen sich zusammen aus: Ausgaben für Abfallmanagement, Kosten für Umweltsteuern, Versicherungen sowie Umweltaudits, Investment zur Reduzierung visueller Auswirkungen sowie der Reduzierung von Lärm, Mitgliedschaften in Umweltorganisationen.

Materialverbrauch/Abfallmanagement

Papierverbrauch gesamt t 705,3 640,2

Papierverbrauch (Büros, Shops, Call-Center) t 138,7 102,5

Davon Verbrauch von Recyclingpapier in Büros, Shops, Call-Centern 22,1 Tonnen (Vj. 26,4 Tonnen), E-Plus Büros, alle Shops und Call-Center verwenden noch kein Recyclingpapier, daher Recyclinganteil insgesamt 22 % (Vj. 19 %).

Zertifiziertes Papier (bspw. FSC, Blauer Engel) % 100 99,2

Papierverbrauch im Kundenkontakt (für Briefe, Umschläge, Rechnungen) t 566,6 537,7

Abfall gesamt t 1.663,9 1.944,1

Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (z.B. Antennen, veraltete Hardware, Router) t 279,2 304,8

davon Abfall von Elektronik und Elektronikgeräten durch Netzbetrieb und Büros (recycelt) t 56,7 60,4

davon Mobiltelefone von Kunden t 10,6 13,9

a) Recycelte Mobiltelefone von Kunden 4,5 6,2

b) Mobiltelefone von Kunden, die zur Wiederaufarbeitung gesendet wurden 6,1 7,6

davon Abfall von Elektro- und Elektronikgeräten von Kunden ohne Mobiltelefone (100 % Recycling/Re-Use) t 211,9 230,5

Abfall oder Schrott von nicht elektrischen/nicht elektronischen Geräten t 1.384,7 1.639,3

davon Papier- und Kartonabfälle (100 % recycelt) t 34,9 15,4

davon Kabel, Rohre und Metalle (100 % recycelt) t 1.285,5 1.436,9

davon Batterien t 61,9 186,8
(100 % recycelt) (39 % recycelt)

davon gebrauchte Leuchtstoffmittel (100 % Entsorgung) t 2,4 0,3

Altöl m³ 0,0 0,2

Kraftstofftanks Anzahl 58 70

Anzahl der eingesammelten Althandys Anzahl 100.182 118.064

Die Anzahl der eingesammelten Geräte umfasst die Handys, die dem Recyclingprozess zugeführt werden und die im Re-Use-Prozess wiederaufbereitet werden. Im Rahmen des Handyrecyclingprogramms wurden 51.145 (Vj. 40.429) Mobiltelefone recycelt und 11.216 (Vj. 5.383) wiederaufbereitet. Für Re-Use sind zusätzlich 55.703 (Vj. 54.370) gebrauchte Endgeräte von Kunden über andere Retourkanäle eingegangen.

Spende für eingesammelte Althandys EUR 81.437 70.726

Für die eingesammelten Althandys im Rahmen des Handyrecyclingprogramms zahlt die Telefónica Deutschland Group einen Beitrag an den NABU e.V. für Naturschutzprojekte.

Eco-Index-geprüfte Mobiltelefone % 89,7 91,9

Anzahl aller Geräte im aktuellen Smartphone- und Feature-Phone-Portfolio (keine Händler) der Telefónica Deutschland Group, die mit dem Eco-Index gekennzeichnet sind.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

CR-relevante Preise und Auszeichnungen 2016



O₂ Free ist Tariffinovation des Jahres 2016

Das Internetvergleichsportallnet-flat-vergleich-24.de hat unser Tarifmodell O₂ Free getestet und die Möglichkeit des unendlichen Surfens mit bis zu 1 Megabit pro Sekunde mit der „Tariffinovation 2016“ ausgezeichnet.



O₂ Banking erhält Innovationspreis Privatkundengeschäft 2016

- Die Unternehmensberatung bankenversicherungen.de und die Frankfurt Europe Finance Week zeichnen jährlich Banken mit dem Innovationspreis aus, die sich beim Thema Privatkundengeschäft besonders verdient gemacht haben.
- O₂ Banking erhielt den renommierten Preis 2016 in der Kategorie „Girokonto“.



O₂ ist Kundenliebling 2016

- In Zusammenarbeit mit DEUTSCHLAND TEST und FOCUS-MONEY hat das Kölner Analyse- und Beratungshaus Service-Value über 1.000 Marken aus 82 verschiedenen Branchen hinsichtlich Preis, Service, Qualität und Ansehen bewertet und dafür zehntausende Online-Nachrichten und über eine Million Social-Media-Quellen über einen Zeitraum von einem Jahr erhoben.
- In der Kategorie „Mobilfunk“ erhielt O₂ 73,5 Punkte und damit das Prädikat „Gold“.



Gold beim inkom. Grand Prix 2016 für unser Intranet

- Der inkom. Grand Prix wird vom Verband „Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG)“ vergeben. Seit 1995 bewertet der Preis Mitarbeitermedien von Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.
- Das Intranet von Telefónica Deutschland wurde als innovative digitale Plattform für das Arbeiten 4.0 mit Gold beim inkom. Grand Prix 2016 in der Kategorie Online-Medien ausgezeichnet.



Beste europäische Telko für Start-ups 2016

- Die EU-Initiative „Startup Europe Partnership“ zeichnete die Telefónica Deutschland Group auf dem Startup Europe Summit in Berlin im Juni 2016 als bestes Telekommunikationsunternehmen für seine Arbeit mit Start-ups aus.
- Mit der Plattform Telefónica Open Future bündelt Telefónica konzernweit alle Initiativen, die sich mit offener Innovation, Unternehmertum, Investitionen und Digitalisierung beschäftigen.



Silber für Smart M2M-Plattform bei Funkschau-Leserwahl 2016

Bei der Funkschau-Leserwahl 2016 erreichte die Telefónica Deutschland Group nach Auszählung der insgesamt 113.000 abgegebenen Stimmen den zweiten von zehn Plätzen in der Kategorie M2M-Dienste/-Plattformen.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum



Deutscher Investor Relations Preis 2016

- Das Marktforschungsunternehmen Extel WeConvene, die WirtschaftsWoche und der Deutsche Investor Relations Verband (DIRV) verleihen jährlich den Deutschen Investor Relations Preis. Ausgezeichnet werden Unternehmen in den Kategorien DAX30, MDAX, SDAX und TecDAX sowie die besten IR-Manager der jeweiligen Indizes. Weltweit beteiligen sich mehrere tausend Kapitalmarktexperten an der Umfrage.
- Die Telefónica Deutschland Group wurde in zwei Kategorien mit dem ersten Platz ausgezeichnet: beste Investor-Relations-Arbeit aller TecDax-Unternehmen und bester IR-Manager eines TecDax-Unternehmens.



connect Kundenbarometer: „Sehr gut“ für ALDI TALK, „Gut“ für O₂ und BASE

- Zum zweiten Mal hat connect eine groß angelegte Studie zur Zufriedenheit der Mobilfunkkunden durchgeführt. Erneut schnitt ALDI TALK als einer der Besten ab: Die Kunden vergaben 459 Punkte und das Gesamturteil „sehr gut“. Für Service und Tarifstruktur erhielt ALDI TALK Bestnoten.
- O₂ und BASE wurden mit „gut“ bewertet, wobei O₂ insbesondere bei der Preisgestaltung punkten und insgesamt 388 Punkte erreichen konnte. BASE überzeugte die Kunden mit gutem Kundenservice sowie hoher Markensympathie und sammelte insgesamt 379 Punkte.
- Das verlagseigene Institut für Telekommunikation hat hierzu insgesamt 3.919 Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Untersucht wurden Kundenservice, Tarifgestaltung, Qualitätsempfinden Netz und Sympathie zur Marke.



Blau gewinnt beim Deutschen Servicepreis 2016

- Zum sechsten Mal hat der Fernsehsender n-tv zusammen mit dem Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) den Deutschen Servicepreis verliehen.
- Die Telefónica Marke Blau wurde in der Sonderpreis-Kategorie „Kundenurteil Dienstleistung“ mit „sehr gut“ und damit dem 1. Platz ausgezeichnet.
- Um die Gewinner in den Zusatzkategorien „Kundenurteil Dienstleistung“ und „Kundenurteil Handel“ zu ermitteln, wurden insgesamt fast 23.000 Kundenmeinungen aus neun Befragungen ausgewertet.



SABRE Award 2016 für die Öffentlichkeitsarbeit

- Bei der größten internationalen Preisauszeichnung für Öffentlichkeitsarbeit gewann die Telefónica Deutschland Group die Auszeichnung „Company of the Year“ im Raum Europa, Naher Osten und Afrika für die interne und externe Kommunikation zum Thema „One Year of Building the Leading Digital Telco“. Damit wurde die Schlüsselrolle bei einem der größten Unternehmenszusammenschlüsse in der Geschichte der europäischen Mobilfunkindustrie gewürdigt.
- SABRE steht für Superior Achievement in Branding, Reputation & Engagement oder herausragende Leistung bei der Entwicklung von Marken, Ansehen und Kundenbindung. Die internationale Jury bestand aus 38 führenden Personen aus Marketing und Öffentlichkeitsarbeit.

Diese und weitere Auszeichnungen sind in der Übersicht auf unserer Website abrufbar.



Suche



Auswahl aus unseren Mitgliedschaften und Kooperationen

Wir wählen unsere Mitgliedschaften nach klaren Regeln und Zielsetzungen aus. Mitgliedschaften sollen unsere Geschäftstätigkeit unterstützen und einen Rahmen bieten, in dem wir einen gesellschaftlichen Mehrwert generieren können. Uns ist es zudem ein besonderes Anliegen, den Austausch zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen innerhalb der Branche zu fördern. Weiterhin beteiligen wir uns an Initiativen, die verantwortliches Handeln stärken. Im Folgenden finden Sie eine Auswahl unserer Mitgliedschaften und Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen.

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Mitgliedschaft bzw. Kooperation	seit	Ziel	Website
AFB gGmbH (Arbeit für Menschen mit Behinderung)	2013	Ausgemusterte IT-Hardware von großen Konzernen und öffentlichen Institutionen wird wieder aufbereitet (inkl. Löschung vorhandener Daten) und in den Markt gebracht; mind. 50 % der Arbeitskräfte sind Menschen mit Handicap.	www.afb-group.eu
AmCham – American Chamber of Commerce in Germany e.V.	2010	Unternehmensnetzwerk zur globalen Wirtschaftsförderung und für eine deutsch-amerikanischen Partnerschaft	www.amcham.de
B.A.U.M. e.V. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management	2011	Vernetzung im größten Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften	www.baumev.de
BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.	2001	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT, Telekommunikation und neuen Medien; u.a. aktive Teilnahme an Arbeitsgruppen zu den Themen Datenschutz, Medienpolitik und Arbeitssicherheit	www.bitkom.org
BREKO Bundesverband Breitbandkommunikation e.V.	2005	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation; aktive Teilnahme an diversen Arbeitsgruppen	www.brekoverband.de
Bundesverband Deutsche Startups e.V.	2012	Unterstützung der deutschen Start-up-Szene	www.deutschestartups.org
Clean Power Net	2010	Bundesweiter und branchenübergreifender Zusammenschluss von Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um eine klimaschonende, effizientere und somit intelligentere Energieversorgung für Industrieanwender zu realisieren	www.cleanpowernet.de
Deutsche Kinder- und Jugendstiftung gGmbH (DKJS)	2004	Einsatz für Bildungserfolg und gesellschaftliche Teilhabe junger Menschen in Deutschland	www.dkjs.de
eco – Verband der Deutschen Internetwirtschaft e.V.	2002	Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation	www.eco.de
Europäische Bewegung Deutschland e.V.	2008	Netzwerk für Europapolitik in Deutschland	www.netzwerk-ebd.de
FSM Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V.	2005	Jugendschutz (z.B. Verhaltenskodex Jugendschutz Mobilfunk der Mobilfunkanbieter in Deutschland)	www.fsm.de
GSM Association – weltweite Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter	2008	Weltweite Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter	www.gsma.com
Klimapakt Münchner Wirtschaft	2016	In München ansässige Großunternehmen haben sich zur freiwilligen CO ₂ -Emissionsreduktion verpflichtet.	www.muenchen.de/rathaus/wirtschaft/nachhaltig-oeko/klimapakt-muenchner-wirtschaft.html

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

6.3 Mitgliedschaften

Mitgliedschaft bzw. Kooperation	seit	Ziel	Website
MÜNCHNER KREIS	2003	Unabhängige Plattform zur Orientierung für Gestalter und Entscheider in der digitalen Welt	www.muenchner-kreis.de
Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU)	2015	Engagement für Mensch und Natur durch zahlreiche Projekte zum Arten-, Umwelt- und Naturschutz in Deutschland	www.nabu.de
Stiftung Digitale Chancen	2010	Engagement, um mehr Menschen für die Möglichkeiten des Internets zu interessieren und sie bei der Nutzung zu unterstützen. Ziel ist es, dem Ausschluss benachteiligter Bevölkerungsgruppen von der Entwicklung zur Informationsgesellschaft entgegenzuwirken.	www.digitale-chancen.de
Umweltpakt Bayern	1995	Freiwillige Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft zum Schutz der Umwelt	www.umweltpakt.bayern.de
UPJ e.V. Unternehmen als Partner der Jugend	2005	Netzwerk zwischen Unternehmen und Zivilgesellschaft zu Corporate Social Responsibility	www.upj.de
VATM Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V.	2001	Vernetzung mit anderen Unternehmen aus den Branchen IT und Telekommunikation; aktive Teilnahme an diversen Arbeitsgruppen	www.vatm.de

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Zielerreichung zum Jahresende 2016

Wir definieren klare Ziele für die Umsetzung unserer CR-Strategie und überprüfen diese jährlich. Die folgenden Übersichten geben einen Einblick zum Status am Jahresende 2016 und zu unseren CR-Zielen 2017–2020.

Legende: Ziel 2016 nicht erfüllt Ziel 2016 teilweise erfüllt Ziel 2016 weitestgehend erfüllt Ziel 2016 voll erfüllt

Schwerpunkt: Verantwortungsvoll wirtschaften

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen	Status 31. Dezember 2016
Datenschutz	Im Jahr 2016 konzentrieren wir uns auf folgende Aktivitäten: — Verbesserung der Überwachung und Durchsetzung von Datenschutzmaßnahmen bei Lieferanten: Überarbeitung der Lieferantenpolitik, wo erforderlich; Einführung regelmäßiger Prüfungen und Ausbildung von entsprechenden Telefónica Mitarbeitern, — Einführung einer Datenschutz-Hotline für Kunden, — jährliche Schulungen zum Datenschutz für 85 % aller Mitarbeiter, — Verbesserung der Überwachung und Meldung von Fehlern und Mängeln beim Datenschutz durch interne Prozesse, Mitteilungen und Richtlinien.	
Datenschutz Datensicherheit	Im Bereich Corporate Security liegt unser Fokus in den Jahren 2016 und 2017 auf folgenden Maßnahmen: — Entwicklung und Implementierung eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) für das zusammengeführte Unternehmen, orientiert am Standard ISO 27.001:2013, — Aufbau einer funktionsfähigen Governance-Struktur, — Integration des Themas Informationssicherheit in alle relevanten Geschäftsbereiche und -prozesse, — Aufbau eines Cyber-Security-Emergency-Centers, — Aufnahme von Security Assessments in der Telefónica Deutschland Group.	
Faire Partnerschaft Mitarbeiter	Die Unternehmenstransformation und -integration gestalten wir im Jahr 2016 in konstruktiver und vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Fachbereichen und Arbeitnehmervertretungen. Dabei kommunizieren wir proaktiv und informieren unsere Mitarbeiter zeitnah über Veränderungen im Unternehmen. Wir befähigen und unterstützen die Führungskräfte, die Veränderungen gemäß ihrer Verantwortung bestmöglich zu begleiten und durchzuführen.	
Faire Partnerschaft Mitarbeiter Vielfalt	Bis Ende 2016 werden wir eine Reflect-Punktzahl von 70 erreicht haben. Wir werden Angestellte und Führungskräfte regelmäßig zum Stand der Verhandlungen auf dem Laufenden halten, damit volle Transparenz der Verhandlungsergebnisse sowie der nächsten Schritte gewährleistet ist. Außerdem werden wir das gehobene und mittlere Management schulen, wie der Restrukturierungsprozess durchgeführt werden sollte.	
Faire Partnerschaft Mitarbeiter Mitarbeiterentwicklung	Unser Ziel ist ein Frauenanteil im Aufsichtsrat von 30 %, im Vorstand von 20 %, in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstandes (Vs-1) von 16 % und in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstandes (Vs-2) von 16 % bis Ende 2017. Zudem werden wir Frauen in Managementpositionen unterstützen und fördern.	
Faire Partnerschaft Mitarbeiter Gesundheitsmanagement	Bis Ende 2017 werden wir eine Neudefinition von Ausbildung und dualem Studium vornehmen und ein neues, individuelles Coaching und Mentoring implementieren.	
Faire Partnerschaft Mitarbeiter	Im Jahr 2016 konzentrieren wir uns auf folgende Aktivitäten: — Ausweitung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen, Kinderbetreuung und Notfallservices auf alle Standorte, — maßgeschneiderte und modulare Leistungen, um Flexibilität für Mitarbeiter zu ermöglichen, — Entwicklung und Verbesserung einer neuen Richtlinie für das Gesundheitsmanagement (gemäß DIN EN ISO 45001:2016).	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Schwerpunkt: Verantwortungsvoll wirtschaften

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen	Status 31. Dezember 2016
Faire Partnerschaft Kunden	Im Jahr 2016 werden wir Folgendes erreichen: — verbesserter persönlicher Mobilfunküberblick durch die App „My O ₂ “, die transparent ist und Informationen in Echtzeit bietet (im Jahr 2016), — Weiterführung von Maßnahmen in fairer Partnerschaft mit unseren Kunden, — bis Ende 2017 werden wir für die unterschiedlichen Bedürfnisse von Kunden mit Behinderungen maßgeschneiderte Tarifangebote entwickelt haben.	
Faire Partnerschaft Kunden Best Companion	Bis Ende 2016 werden wir die Positionierung als „Best Companion“ erreicht haben und es unseren Kunden ermöglichen, ihre eigenen Entscheidungen in unserer digitalen Welt zu treffen. Hierfür verfolgen wir folgende Ziele und Maßnahmen: — die Wahrnehmung als qualifizierter „Guru“ stärken (Hilfe und Inspiration), — Zukunftskonzept für Shops: neue Grundhaltung mit dem Fokus auf Kundenbedürfnissen, — gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, — zuverlässiges Netz mit vollständiger LTE-Möglichkeit in städtischen Gebieten, — Vorteile für junge Menschen und Behinderte.	
Faire Partnerschaft Kunden O ₂ Guru	Bis Ende 2016 werden O ₂ Gurus: — künftigen und aktuellen Kunden aller Altersgruppen geholfen haben, technische Probleme zu lösen, und ihnen gezeigt haben, wie die digitale Welt über alle Kanäle hinweg ihr Leben bereichern kann, — den Menschen über Guru-Online-Videos, Webinare, Live-Demonstrationen in unseren Stores, durch Workshops und Promotions technische Geräte und Wearables bekannt gemacht und zum Testen bereitgestellt haben, — Eltern und Kindern die sichere Nutzung des Internets in einem speziellen Guru-Workshop vermittelt haben.	
Faire Partnerschaft Kunden Kinder- und Jugenschutz	— Entwicklung und Online-Veröffentlichung einer neuen Kundeninformation zum Schutz von Kindern und Jugendlichen. — Entwicklung einer vertikalen Produktstrategie und Verpflichtung zu einem nachhaltigen und zukunftsorientierten Portfolio für den Schutz von Kindern und Jugendlichen in der digitalen Kommunikation bis Ende 2016. — In der politischen und gesellschaftlichen Debatte über den Jugendschutz und über Medienkompetenz als aktiver Stakeholder auftreten. Teilnahme am I-KiZ und Unterstützung der Online-Hilfe für Kinder. — 2016 wird ein neuer Leitfaden zur Nutzung von Mobiltelefonen in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Kinderhilfswerk e.V. veröffentlicht.	
Faire Partnerschaft Lieferkette	Im Jahr 2016 erstellen wir im Rahmen unseres nachhaltigen Lieferantenmanagements einen Code of Conduct (CoC) mit Bezug zu unserem Ansatz „Faire Partnerschaften“ und unter Einbeziehung von Telefónica Global Services (TGS). Schrittweise Kommunikation des neuen CoC bis 2017 an alle relevanten Lieferanten. Außerdem: — Überprüfung der ESG-Kriterien (Environment Social Governance) im SUMA-Evaluationsprozess, alle Einkäufer werden zum Thema nachhaltiges Lieferantenmanagement mit relevanten Informationen versorgt, — Anerkennung der nachhaltigsten Lieferanten zusammen mit Stakeholdern bis Ende 2017.	
Compliance Lieferkette	Im Rahmen eines Compliance Risk Assessments werden wir die vorhandenen Richtlinien, Prozesse und Kontrollen im Jahr 2016 in der Lieferkette evaluieren und vorhandene Compliance-Risiken transparent machen. In Zusammenarbeit mit Telefónica Global Services (TGS) werden anschließend Maßnahmen definiert, um die erkannten Risiken abzuschwächen.	
Compliance	Neubewertung unseres Compliance-Schulungskonzepts für alle Mitarbeiter der Telefónica Deutschland Group und Implementierung im Jahr 2016.	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Schwerpunkt: Leben in der digitalen Welt stärken

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen	Status 31. Dezember 2016
Digitale Inklusion Think Big	Bis Ende 2016 werden wir seit dem Start im Jahr 2010 mit Think Big 90.000 junge Menschen erreicht und ihnen digitale und unternehmerische Fähigkeiten vermittelt haben, die sie brauchen, um einen positiven gesellschaftlichen Wandel zu fördern. Bis Ende 2016 werden wir — mehr als 16.000 junge Menschen aller Förderstufen inspiriert und erreicht haben, — 370 geförderte Projekte mit 7.000 beteiligten jungen Menschen unterstützt haben, — weitere 9.000 junge Menschen erreicht und digital inspiriert haben.	
Digitale Inklusion Tablet-PCs für Senioren	Bis April 2017 werden wir mit dem Programm Tablet-PCs für Senioren gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen deutschlandweit 2.000 ältere Menschen erreichen. So tragen wir dazu bei, dass auch die Gruppe der Senioren Zugang zur digitalen Welt erhält und die Vorteile in ihrem Alltag nutzen kann. Dies werden wir mit einer Studie begleiten.	
Digitale Inklusion Kunden	Nutzung unserer Zukunft-, Erlebnis- und Konzept-Stores, damit Menschen ein Teil der digitalen Erfahrung werden können. Wir präsentieren attraktive Lösungen und schulen unsere Kunden mit modernsten Technologien. Bis Ende 2016 werden wir deutschlandweit mindestens 40 Shops eröffnet haben, die der oben genannten Strategie folgen.	
Lebensqualität steigern Kunden	— Durchführung von Pilotprojekten in Bereichen wie smart Home, Flottenmanagement, Energiemanagement, um das Leben der Menschen 2016 nachhaltiger (z.B. gesünder, einfacher, umweltfreundlicher) zu machen. — Smarte Energielösungen: Bis Ende 2016 werden wir gemeinsam mit unseren Partnern weitere Unternehmen mit einer smarten Produktlösung ausgestattet haben, mit der sie eine höhere Transparenz ihres Energieverbrauchs gewinnen und so die Energieeffizienz steigern können. — Ausstattung von Haushalten mit intelligenten Produkten (smart Homes) aus den Bereichen Energiesparen, Sicherheit und Sorgenfreiheit bis 2018. — Produkte für B2B (und B2G)-Kunden, die unsere Kunden bei ihren Bemühungen um Energieeffizienz unterstützen, werden bis 2018 auf dem Markt sein.	

Schwerpunkt: Umwelt und Klima schützen

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen	Status 31. Dezember 2016
Energie und CO₂	Ende 2016 werden wir im Bereich des Energie- und CO ₂ -Managements — neue Energiesparziele zur Reduzierung des Verbrauchs und des CO ₂ -Ausstoßes für 2016–2020 gesetzt haben, — einen Maßnahmenplan zur Energieeffizienz bis 2020 entwickelt haben, der weitere Chancen zur Senkung des unternehmensweiten Energieverbrauchs identifiziert und umsetzt, sowie ein nachhaltiges Energiemanagement innerhalb des Netzwerks und der Unternehmensgebäude (Büros, Shops, Call-Center) sicherstellt.	
Energie und CO₂ Lieferkette	Ausweitung der Scope-3-CO ₂ -Berichterstattung in den Bereichen vorbereitende Arbeiten und Produkte/Leistungen sowie die Festlegung weiterer Ziele zur Reduzierung von Scope-3-Emissionen mit 2015/16 als Basisjahr.	
Energie und CO₂ Eigene Geschäftstätigkeit	Verringerung der CO ₂ -Emissionen durch saubere Energien bis 2020. 100% des Stroms, der an den technischen Standorten, in den Büros und unseren Call-Centern sowie Shops verbraucht wird und bei denen die Telefónica Deutschland Group die Kontrolle über den Stromeinkauf und die Verträge hat, werden jährlich aus erneuerbaren Quellen bezogen.	
Energie und CO₂ Eigene Geschäftstätigkeit	Bis Ende 2016 werden wir ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 implementiert und zertifiziert haben. Des Weiteren werden wir ein Energiemanagementsystem einschließlich Reduzierungsmaßnahmen entwickelt und eingeführt haben.	
Energie und CO₂ Lieferkette	Im Verlauf der Überführung der E-Plus Gruppe und unter Berücksichtigung der neuen, globalen Umweltpolitik werden wir die umwelt- und qualitätsbezogenen Anhänge der Verträge für Beschaffungsprozesse und -standards bis Ende 2016 geprüft und aktualisiert haben.	

1 Die Berechnungen für die Scope-3-Daten bedürfen einer langfristigen Analyse und aufwändigen Vorbereitung. Daher werden wir zu einem späteren Zeitpunkt Ziele definiert haben und im Detail Daten berichten können.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Schwerpunkt: Umwelt und Klima schützen

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen	Status 31. Dezember 2016
Energie und CO₂ Eigene Geschäftstätigkeit	In den nächsten Jahren erreichen wir in den Bereichen CO ₂ -Management und Mobilität — eine Reduzierung der durchschnittlichen Flottenemissionen auf 95 g CO ₂ /km bis 2020, — 10% weniger CO ₂ -Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen (Basisjahr 2015) bis 2018 inkl. Prüfung und Entwicklung einer neuen Reiserichtlinie, — die Entwicklung und Umsetzung eines neuen Konzepts zur emissionsreduzierten Fahrt zur Arbeit und nach Hause bis Ende 2018.	
Ressourcenschutz Eigene Geschäftstätigkeit	Ressourcen bewahren wir durch folgende Maßnahmen: — Bis 2017 werden wir die Nutzung von Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“ im neuen Unternehmen standardisiert haben. Wir werden Recyclingpapier in allen Büros und Call-Centern von E-Plus und allen Shops des neuen Unternehmens implementiert haben. — Weitere Ausweitung des Anteils von Online-Rechnungen um 2 % jährlich (Basiswert für die Online-Rechnungs-Quote Oktober 2015 mit 90,4%) bis 2018, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern. — Entwicklung eines einheitlichen Standards für die Abfallentsorgung und Schulung der Mitarbeiter, wie damit umzugehen ist, bis Ende 2016. Wir haben unserer Abfallmanagement-Richtlinie die Prozessabläufe für jede Art Abfall hinzugefügt und erklären, wie diese aussehen sollen. — Umweltschonende Behandlung der Abfälle, die aufgrund der Konsolidierung des Netzwerks anfallen, bis Ende 2016. Bei der Berichterstattung über das Abfallmanagement werden wir genauere Informationen über Mengen und Destinationen der verschiedenen Abfallarten berücksichtigen und zwischen z.B. Metall, Elektro- und Elektronikgeräte-Abfall (WEEE) und Batterien unterscheiden. — Bis Ende 2016 werden wir ein einheitliches Hardware-Entsorgungssystem für das neue Unternehmen eingeführt haben. Wir werden die AfB gGmbH als unser Hauptentsorgungsunternehmen für IT-Hardware eingeführt haben.	
Ressourcenschutz Kunden	— 2016 werden wir die Anzahl der recycelten Mobiltelefone gegenüber den 46.000 aus dem Jahr 2015 zusammen mit dem NABU e.V. und der AfB gGmbH erhöhen, indem wir das Bewusstsein der privaten und geschäftlichen Kunden für die Recyclingprogramme von Mobiltelefonen stärken und die Notwendigkeit eines nachhaltigeren Verhaltens deutlich machen. — Bis Ende 2016 wird der Jahreswert für alle Geräte des aktuellen Smart- und Feature-Phone-Portfolios unserer gelisteten Hersteller (keine Zwischenhändler oder Verkäufer aufstrebender Marken), die im Eco-Index vertreten sind, 80% erreicht haben und wir werden diesen Wert unseren Kunden mitgeteilt haben.	
Mobilfunk und Gesundheit	— Analyse der Einhaltung der aktuellen Mindestwerte in Deutschland und der lokalen Auswirkungen einer Reduzierung dieser Grenzwerte gemäß den Prognosen der Internationalen Kommission für den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (ICNIRP).	



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

CR-Ziele 2017–2020

Verantwortlich wirtschaften

> **Unsere Ambition:** Wir sind ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder. Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen 2017–2020
	<p>Commitment zu Compliance: Wir handeln regelkonform im Hinblick auf alle Gesetze, gesellschaftlichen Richtlinien und Wertevorstellungen. Bis 2020 streben wir eine extern anerkannte Zertifizierung unseres Compliance-Management-Systems an.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Wir stellen den Mitarbeitern bis Ende 2017 eine App für ihre Smartphones/Tablets zur Verfügung, die wichtige Informationen, Neuigkeiten und Ansprechpartner zum Thema Compliance enthält. — Wir führen im Jahr 2017 Instrumentarien zur qualitativen Messung der Compliance-Awareness bei allen Mitarbeitern ein. — Wir verbessern kontinuierlich unser Compliance-Management-System und streben bis 2020 eine externe Zertifizierung nach dem IDW Prüfungsstandard 980 an.
	<p>Commitment zu Lieferkette: Wir fördern ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferantenmanagement. Bis 2020 werden wir in 100 % der Einkaufsvorgänge mit unseren wichtigsten Lieferanten CR-Kriterien berücksichtigen.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Implementierung der neuen Supply Chain Sustainability Policy und schrittweise Kommunikation an alle Lieferanten im Jahr 2017. — Anpassung der Einkaufsprozesse der Telefónica Global Services (TGS), der Fachabteilungen der Telefónica Deutschland Group, der CR-Abteilung sowie in den Lieferantenkontakten bis Ende 2020 gemäß der neuen Umsetzungsrichtlinie der Supply Chain Policy. — Fortführung der Risikoanalysen von Lieferanten im zweijährlichen Turnus und Aufbau eines Systems zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance der Risikolieferanten (bis 2020). — Auszeichnung der nachhaltigsten Lieferanten zusammen mit Stakeholdern im Jahr 2017.
	<p>Commitment zu Kunden: Wir bieten unseren Kunden das beste Produkt- und Serviceerlebnis, neueste Innovationen und eine moderne Netzinfrastruktur. Bis 2020 bieten wir den besten Kundenservice mit der höchsten Kundenzufriedenheit in der Branche.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Wir verbessern kontinuierlich unseren Kundenservice nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden. Wir setzen dabei auf: <ul style="list-style-type: none"> a) die kontinuierliche Optimierung unserer Service-Kanäle durch verschiedene Maßnahmen, b) die Digitalisierung unseres Service-Angebots auf o2online.de und unserer Mein O₂ App. — Wir investieren konsequent in unsere Netzinfrastruktur und orientieren uns dabei an dem tatsächlichen Nutzen für unsere Kunden, um so das beste Netzerlebnis für unsere Kunden anbieten zu können.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Verantwortlich wirtschaften

> **Unsere Ambition:** Wir sind ein fairer und vertrauensvoller Partner für unsere Stakeholder. Bis 2020 erreichen wir durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in relevanten externen Bewertungen und unseren Stakeholderbefragungen.

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen 2017–2020
Arbeitgeber 	<p>Commitment zu Arbeitgeber: Wir positionieren uns bis 2020 intern wie extern als attraktiver Arbeitgeber und erreichen durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse in unseren Mitarbeiterbefragungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Durchführung einer jährlichen anonymisierten Mitarbeiterumfrage mit einer Rücklaufquote von 70 % bis 2020. Anschließend offener Dialog im Rahmen des Action Plannings über die Führungskräfte, die entsprechende Hilfsmittel erhalten. — In einem dynamischen Marktumfeld werden wir unsere Unternehmensstruktur stetig optimieren, Führung und Zusammenarbeit weiterentwickeln und unseren Mitarbeitern zeit- und ortsflexible Arbeitsmodelle bieten: <ol style="list-style-type: none"> 1) Entwicklung neuer agiler Organisationsformen, um die interdisziplinäre Zusammenarbeit und schnelle Entscheidungswege zu fördern. Bis 2020 werden mindestens drei bis fünf agile Organisationsformen implementiert. 2) Kontinuierliche Prüfung, welche Art der Führung und Zusammenarbeit in welcher Situation und in welchem Bereich sinnvoll ist, und die Führungskräfte sowie Mitarbeiter hierzu befähigen. 3) Entwicklung von zeit- und ortsflexiblen Arbeitsmodellen. Bis 2020 sind 100 % der Büromitarbeiter mit Laptops und Diensthandys ausgestattet. — Weiterbildung soll unseren Mitarbeitern in Echtzeit und einfach zugänglich sein. Bis 2020 steht allen Mitarbeitern ein virtueller „Learning Hub“ zur Verfügung. Über diesen erreichen sie in weniger als fünf Klicks das für sie passende Weiterbildungsangebot. — Unsere Attraktivität als Arbeitgeber am Markt spiegelt sich in den externen Bewerberzahlen wider. — Wir bieten unseren Mitarbeitern attraktive, interne Möglichkeiten zur Weiterentwicklung ihrer Karriere. Wir wollen: <ul style="list-style-type: none"> • bis 2020 durchschnittlich mindestens 30 % der offenen Stellen durch interne Mitarbeiter besetzen, • bis 2020 eine Übernahmequote von 90 % für Azubis und duale Studenten erreichen und • Frauen in ihrer Karriere fördern, indem bis 2020 mindestens 16 % der berechtigten Frauen im Unternehmen an „Women In Leadership“ und dem dazugehörigen Mentoring-Programm teilgenommen haben. — Neudefinition von Ausbildung, dualem Studium und Einführung eines neuen, individuellen Coachings und Mentorings bis Ende 2017. — Der Telefónica Deutschland Group ist es ein besonderes Anliegen, ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten und die Gesundheit aller unserer Mitarbeiter zu erhalten und zu fördern. Bis zum Jahr 2020 betreiben wir ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement zur Umsetzung der Ziele und Grundsätze unserer Gesundheitspolitik. Wir führen insbesondere ein nachhaltiges Ziel- und Messsystem (KPIs) zum Arbeits- und Gesundheitsschutz ein, welches mindestens jährlich erhoben wird.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Leben in der digitalen Welt stärken

> Unsere Ambition: Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen. Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen 2017–2020
Digitale Inklusion	<p>Commitment zu Digitale Inklusion: Wir machen Menschen aller Altersgruppen fit für die digitale Welt. Mit bundesweiten Förderprogrammen wie Think Big, Tablet PCs für Senioren und unseren O₂ Gurus geben wir bis 2020 Inspiration und Hilfestellung für 10 Millionen Menschen.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Bis Ende 2017 werden wir mehr als 8.400 junge Menschen aller Think Big Förderstufen inspiriert und erreicht haben (185 geförderte Projekte mit 3.600 beteiligten jungen Menschen und weitere 4.800 junge Menschen digital inspiriert). Damit werden wir bis Ende 2017 seit 2010 mit Think Big mehr als 105.000 junge Menschen erreicht und ihnen digitale sowie unternehmerische Fähigkeiten vermittelt haben, die sie brauchen, um einen positiven gesellschaftlichen Wandel voranzutreiben. — Mit dem Programm „Digital Mobil im Alter – Tablets für Senioren“ wollen wir im Jahr 2017 gemeinsam mit der Stiftung Digitale Chancen deutschlandweit mindestens 2.000 ältere Menschen mit unserem Angebot erreichen. So tragen wir dazu bei, dass auch die Gruppe der Senioren Zugang zur digitalen Welt erhält und die Vorteile in ihrem Alltag nutzen kann. — O₂ Guru: <ul style="list-style-type: none"> • Mit den O₂ Gurus bieten wir Inspiration und Unterstützung für Menschen jedes Alters über alle Kanäle, um den Menschen die digitalen Technologien zugänglich zu machen und bei der Lösung technischer Fragen zu helfen. • Wir integrieren Informationsmaterialien für Kinder, Jugendliche und Eltern zu kompetenter Nutzung von Smartphones und Internet der Dinge bei den O₂ Gurus. Diese Informationen werden unmittelbar in Beratung und Verkauf integriert, wenn Kunden Produkte für ihre minderjährigen Kinder erwerben. • O₂ Gurus und die zugehörigen Guru Workshops werden fortgesetzt, thematisch aktuell gehalten und methodisch fortwährend optimiert. — In Kooperation mit dem Deutschen Kinderhilfswerk entwickeln wir die Broschüre „Internetguide“ und veröffentlichen diese im Jahr 2017. — Entwicklung einer Engagementstrategie Medienschutz und Medienkompetenzbildung im Jahr 2017. — Wir werden weiterhin ein aktiver Stakeholder in der politischen und öffentlichen Debatte zum Jugendmedienschutz sein und arbeiten dafür u. a. im Vorstand der Freiwilligen Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter mit.



Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Leben in der digitalen Welt stärken

> **Unsere Ambition:** Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen. Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen 2017–2020
 <p>Datenschutz</p>	<p>Commitment zu Datenschutz: Wir schützen die Daten unserer Kunden in allen Produkten und Prozessen und stellen sicher, dass alle Mitarbeiter in ausreichendem und gesetzlich vorgeschriebenem Umfang zum Datenschutz geschult werden. Wir setzen uns dafür ein, dass die Hoheit über die Daten bei den Kunden bleibt und sie ihr digitales Leben souverän gestalten können.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Wir passen unser Schulungskonzept zum Datenschutz kontinuierlich an die betrieblichen und gesetzlichen Voraussetzungen an und stellen dabei die gesetzlichen Vorgaben sicher. — Wir sind bereits bei der Planung neuer Produkte und neuer Prozesse involviert und beraten die Fachbereiche zu datenschutzrelevanten Aspekten. Wir wirken auf die datenschutzfreundliche Gestaltung der Prozesse und Produkte hin. — Wir stehen im regelmäßigen und konstruktiven Dialog mit externen Stakeholdern wie z.B. Bundesnetzagentur und Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI). — Wir informieren transparent, klar, zielgerichtet und verständlich über unsere Datenverarbeitungen. Dabei definieren wir neue Wege bis Ende 2018, um den Betroffenen nicht zu überlasten. — Im Bereich Corporate Security liegt unser Fokus in den Jahren 2017 und 2018 auf folgenden Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> • Implementierung und Optimierung eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) für das zusammengeführte Unternehmen, orientiert am Standard ISO 27001:2013 • Aufbau einer funktionsfähigen Governance-Struktur • Optimierung der Informationssicherheit in allen relevanten Geschäftsbereichen und -prozessen • Ausbau des Corporate-Security-Emergency-Centers • Erweiterung von Security Assessments in der Telefónica Deutschland Group

Suche 

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Leben in der digitalen Welt stärken

> **Unsere Ambition:** Wir begeistern alle Menschen für die digitalen Möglichkeiten und stärken ihre Kompetenzen im digitalen Lebensalltag nach ihren individuellen Anforderungen und Wünschen. Bis 2020 profitieren jährlich über 50 Millionen Menschen von unseren Produkten und Programmen, die ein digitales und selbstbestimmtes Leben ermöglichen.

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen 2017–2020
Nachhaltige Innovationen 	Commitment zu Nachhaltige Innovationen: Wir treiben bis 2020 Technologien zur vereinfachten Vernetzung von Menschen, Geräten und Maschinen in der privaten und industriellen Welt voran. Ziel ist es, unsere Kunden bei der Realisierung von neuen Produkten und Geschäftsmodellen zu unterstützen, um so allen Gesellschaftsbereichen den Zugang zu digitalen Produkten zu ermöglichen. <ul style="list-style-type: none"> — Digitalisierung der Energiewende bis 2020: Wir stellen die digitale Infrastruktur zur erfolgreichen Vernetzung von intelligenten Messsystemen (Smart Grid/Smart Meter). Zusammen mit unseren Partnern bieten wir Lösungen, mit denen sich eine höhere Transparenz zum Energieverbrauch gewinnen lässt. — Minderung der CO₂-Flottenemissionen bis 2020: Wir bieten Telematik-Lösungen, welche unseren Kunden mehr Transparenz zur Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben zur durchschnittlichen CO₂-Flottenemission ermöglicht. — Vernetzte Mobilität bis 2020: Bereitstellung von Analyse-Applikationen für Firmenfuhrparks zur Verbesserung der Fahrsicherheit, Reduktion des Kraftstoffverbrauchs und Senkung von Wartungskosten. — Fließender und umweltfreundlicher Stadtverkehr bis 2020: Gemeinsam mit Partnern entwickeln wir gezielt Analysen auf der Basis unserer Daten, mit denen sich etwa persönliche Shuttleservices für ganze Städte aufsetzen, Treibhausgase kontrollieren und Verkehrsströme bei Großveranstaltungen planen lassen. — Mehr Lebensqualität für Senioren bis 2020: Wir entwickeln die digitale Infrastruktur zur erweiterten Betreuung von Senioren mittels intelligent verbundener Sensoren und Applikationen und stellen diese Geschäftspartnern zur Verfügung, damit mehr Menschen bis ins hohe Alter selbstständig leben können, ohne von einer dauerhaften Vor-Ort-Betreuung abhängig zu sein. — Steigerung des allgemeinen Gesundheitsbewusstseins bis 2020: Wir bieten eine konsumentenorientierte Plattform für das Internet der Dinge, die u. a. Sportbekleidung mit multipler Sensorik und passenden Auswertungsprogrammen aufwertet, sodass jeder Sporttreibende Einblick in seine Vitalwerte erhält. — Verringerung des Risikos missbräuchlichen Kreditkarteneinsatzes im Ausland bis 2020: Wir bieten Lösungen, die die Sicherheit für Konsumenten und Banken bei der Nutzung von Kreditkarten im Ausland erhöhen, indem Banken auf Wunsch des Kartennutzers automatisch über Auslandsreisen informiert werden.

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Umwelt und Klima schützen

> **Unsere Ambition:** Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Rohstoffe und Energie einzusparen. Bis 2020 reduzieren wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen gegenüber 2015 um 11 %.

Themenbereich	Ziele/Maßnahmen 2017–2020
 <p>Energie & CO₂-Reduktion</p>	<p>Commitment zu Energie & CO₂-Reduktion: Wir reduzieren unseren Energieverbrauch pro Datenvolumen bis 2020 um 40 % gegenüber 2015 und kaufen jedes Jahr 100 % der Energie, die wir selbst beschaffen und kontrollieren, aus Grünstrom ein – ohne den Zukauf von Kompensationszertifikaten.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Energieeffizienzmaßnahmen im Bereich Netzwerk bis 2018 bzw. 2020: <ol style="list-style-type: none"> 1) Modernisierung der 2G-Netze (zu erwartende Einsparung 6 GWh) und 3G-Netze (zu erwartende Einsparung 1,5 GWh) bis Ende 2018. 2) Im Rahmen der Netzkonsolidierung und Modernisierung Standortabschaltung und Rückbau bis Ende 2018 von rund 14.000 Netzeinheiten, Einsparung von ca. 202 GWh. 3) Sukzessive Einsparung von ca. 50 GWh durch Abschaltung der DSL-Hauptverteiler bis 2020. Die Einsparungen durch Energieeffizienz im operativen Geschäftsbetrieb (OPEX) sollen sich bis 2020 auf 15 Millionen Euro belaufen. — Bis Ende 2020 werden wir im Bereich CO₂-Management und Mobilität Folgendes erreicht haben: <ol style="list-style-type: none"> 1) Reduzierung der durchschnittlichen Flottenemission auf 95 g CO₂/km bis 2020. Dazu überarbeiten wir die Fahrzeugrichtlinie der Telefónica Deutschland Group, um die Anzahl der Fahrzeuge mit hohen CO₂-Emissionen zu begrenzen und Elektroautos finanziell zu unterstützen. 2) 10 % weniger CO₂-Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen (Basisjahr 2015) bis 2018 inkl. Prüfung und Entwicklung einer neuen Reiserichtlinie. 3) Entwicklung und Umsetzung eines neuen Konzepts zur emissionsreduzierten Fahrt zur Arbeit und nach Hause bis Ende 2018.
 <p>Ressourcenschutz</p>	<p>Commitment zu Ressourcenschutz: Wir setzen bis 2020 jedes Jahr mindestens eine weitere relevante Maßnahme zum Schutz von Ressourcen in unseren Strukturen und Prozessen um.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Bis Ende 2017 werden wir die Nutzung von Recyclingpapier mit dem Zertifikat „Blauer Engel“ im neuen Unternehmen standardisiert haben. Wir werden Recyclingpapier dann auch in allen Büros und Call-Centern von E-Plus und allen Shops des neuen Unternehmens implementiert haben. — Weitere Ausweitung des Anteils von Online-Rechnungen um 2 % jährlich (Basiswert für die Online-Rechnungs-Quote Oktober 2015 mit 90,4 %) bis 2018, um nachhaltigeres und papiersparendes Verhalten zu fördern.



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über Nachhaltigkeitsinformationen



An den Vorstand der Telefónica Deutschland Holding AG, München,

Wir haben die mit einem  gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2016 der Telefónica Deutschland Holding AG (im Folgenden: der Bericht) für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Unser Auftrag bezieht sich ausschließlich auf die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben in der deutschen PDF-Version des Berichts. Zukunftsbezogene Aussagen sowie Angaben für Vorjahre waren nicht Gegenstand unseres Auftrags. Der Bericht erscheint als PDF-Version unter www.telefonica.de/cr-report-2016-de.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Telefónica Deutschland Holding AG sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den G4 der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben. Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärungen des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualität

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Das Qualitätssicherungssystem der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft basiert auf den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie dem Entwurf eines IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW [E]



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

QS 1), die in Einklang mit den vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standards on Quality Control stehen.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

Wir haben unsere Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit 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 einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit dem Symbol gekennzeichneten Angaben im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder gekennzeichneten Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger, 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:

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



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

- analytische Handlungen hinsichtlich der Qualität der berichteten Daten,
- kritische Durchsicht des Berichtsentwurfs auf Plausibilität und Konsistenz mit den mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung veranlassen, dass die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben im Bericht der Telefónica Deutschland Holding AG, München, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungszweck des Vermerks

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

Begrenzung der Haftung

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

München, den 5. Mai 2017

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin

Nina Müller
Wirtschaftsprüferin

Suche 

- 1.0 Einführender Teil
- 2.0 Corporate Responsibility Management
- 3.0 Verantwortlich wirtschaften
- 4.0 Leben in der digitalen Welt stärken
- 5.0 Umwelt und Klima schützen
- 6.0 Daten & Fakten
 - 6.1 Kennzahlentabelle
 - 6.2 Auszeichnungen
 - 6.3 Mitgliedschaften
 - 6.4 CR-Ziele
 - 6.5 Statement Wirtschaftsprüfer
 - 6.6 GRI G4 Content Index
 - 6.7 SDG-Erklärung
 - 6.8 Impressum

GRI G4 Content Index

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



ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

Indikator	Verweis	 GEPRÜFT
Strategie und Analyse		
G4-1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	Vorwort des CEO (S.05)	
G4-2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	Business-Strategie (S. 12), CR-Strategie (S. 13)	
Organisationsprofil		
G4-3 Name der Organisation	Unternehmensporträt (S. 06)	
G4-4 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	Unternehmensporträt (S. 06f.)	
G4-5 Hauptsitz der Organisation	Unternehmensporträt (S. 06)	
G4-6 Länder der Geschäftstätigkeit	Unternehmensporträt (S. 06)	
G4-7 Eigentümerstruktur und Rechtsform	Unternehmensporträt (S. 06), GB (Lagebericht) S. 20 f.	
G4-8 Bediente Märkte	Unternehmensporträt (S. 06)	
G4-9 Größe der Organisation	Unternehmensporträt (S. 06), GB (Lagebericht) S. 8	
G4-10 Gesamtbelegschaft	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 79)	
G4-11 Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 79)	
G4-12 Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 25)	
G4-13 Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur und Eigentumsverhältnisse	GB (Konzernabschluss) S. 84 f.	
G4-14 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	Compliance (S. 38 f.), GB (Lagebericht) S. 50 ff.	
G4-15 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	Compliance (S. 38 f.), Mitgliedschaften (S. 86)	
G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen	Mitgliedschaften (S. 86)	

Legende: GB = Telefónica Deutschland Geschäftsbericht 2016

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Indikator

Verweis



Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

G4-17	Unternehmensstruktur	Unternehmensporträt (S. 06–07), GB (Lagebericht) S. 20–21	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-18	Bestimmung der Berichtsinhalte	Über diesen Bericht (S. 02), CR-Strategie (S. 13)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-19	Wesentliche Aspekte	CR-Strategie (S. 13–14)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb der Organisation	CR-Strategie (S. 13–14)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb der Organisation	CR-Strategie (S. 13–14)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-22	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	Kennzahlentabelle (S. 77–83), CR-Ziele (S. 88–91)	
G4-23	Änderung von Berichtsumfang und -grenzen	Keine	

Einbindung von Stakeholdern

G4-24	Einbezogene Stakeholdergruppen	Stakeholder-Engagement (S. 17–18)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-25	Bestimmung der Stakeholdergruppen	CR-Strategie (S. 13)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-26	Ansätze für Einbezug von Stakeholdern	CR-Strategie (S. 13), Stakeholder-Engagement (S. 17–18)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-27	Themen und Anliegen der Stakeholder	Stakeholder-Engagement (S. 17–18)	<input checked="" type="checkbox"/>

Berichtsprofil

G4-28	Berichtszeitraum	Über diesen Bericht (S. 02)	
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	Über diesen Bericht (S. 02)	
G4-30	Berichtszyklus	Über diesen Bericht (S. 02)	
G4-31	Ansprechpartner	Über diesen Bericht (S. 02), Impressum (S. 113)	
G4-32	GRI-Index	GRI G4 Content Index (S. 101 ff.)	
G4-33	Externe Prüfung des Berichts	Statement Wirtschaftsprüfer (S. 98 ff.)	

Unternehmensführung

G4-34	Struktur der Unternehmensführung	GB (Lagebericht) S. 20 f., GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., CR-Steuerung (S. 15 f.)	
G4-35	Delegation von Verantwortung für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen	GB (Lagebericht) S. 21 ff., GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., CR-Steuerung (S. 15 f.)	
G4-36	Zuständigkeiten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen	GB (Lagebericht) S. 21 ff., GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., CR-Steuerung (S. 15 f.)	
G4-37	Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und höchstem Kontrollorgan	GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff., CR-Steuerung (S. 15 f.)	
G4-38	Zusammensetzung und Komitees des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Indikator

Verweis



Unternehmensführung

G4-39	Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-40	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-41	Verfahren zur Vermeidung von Interessenkonflikten	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-42	Rolle des höchsten Kontrollorgans bezüglich Strategie und Zielen	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-43	Maßnahmen bezüglich Nachhaltigkeitskenntnissen des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-44	Nachhaltigkeitsbezogene Leistungsbeurteilung des höchsten Kontrollorgans	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-45	Rolle des höchsten Kontrollorgans bezüglich Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-46	Rolle des höchsten Kontrollorgans bezüglich der Wirksamkeit des Risikomanagements	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-47	Häufigkeit der Überprüfung von Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen durch höchstes Kontrollorgan	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-48	Höchstes Komitee zur Freigabe des Nachhaltigkeitsberichts	Vorwort des CEO (S. 05)
G4-49	Prozess zur Vermittlung kritischer Anliegen an höchstes Kontrollorgan	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-50	Kritische Anliegen, die dem höchsten Kontrollorgan berichtet wurden	GB (Bericht des Aufsichtsrats) S. 168 ff.
G4-51	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und leitende Führungskräfte	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Lagebericht) S. 64 ff.
G4-52	Prozess zur Festlegung der Vergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Lagebericht) S. 64 ff.
G4-53	Meinungsäußerungen der Stakeholder zur o.g. Vergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Lagebericht) S. 64 ff.
G4-54	Verhältnis der höchsten Jahresvergütung zur durchschnittlichen Mitarbeitervergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Lagebericht) S. 64 ff.
G4-55	Prozentuale Steigerung der Jahresvergütung	GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., GB (Lagebericht) S. 64 ff.

Ethik und Integrität

G4-56	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards	Compliance (S. 38 f.), GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-57	Interne und externe Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten	Compliance (S. 38 f.), GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.
G4-58	Verfahren zur Meldung von unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten	Compliance (S. 38 f.), GB (Corporate Governance Bericht) S. 173 ff.

Suche



SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

Indikator

Verweis

Kategorie: Wirtschaftlich

Wirtschaftliche Leistung

G4-DMA Managementansatz	Business-Strategie (S. 12), GB (Lagebericht) S. 13 ff.
G4-EC1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Kennzahlentabelle ökonomische Kennzahlen (S. 77), GB (Konzernabschluss) S. 77
G4-EC2 Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels	CR-Strategie (S. 13), Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.)
G4-EC3 Verpflichtungen aus Pensionsplan	GB (Konzernabschluss) S. 94 f.
G4-EC4 Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung	GB (Lagebericht) S. 25 ff.

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

G4-DMA Managementansatz	Business-Strategie (S. 12), Netz und Produkte (S. 42 ff.), Digitale Inklusion (S. 49 ff.)
G4-EC7 Entwicklung und Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen und unterstützten Dienstleistungen	Business-Strategie (S. 12), Netz und Produkte (S. 42 ff.), Digitale Inklusion (S. 49 ff.)
G4-EC8 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Business-Strategie (S. 12), Netz und Produkte (S. 42 ff.), Digitale Inklusion (S. 49 ff.)

Beschaffung

G4-DMA Managementansatz	Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EC9 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	Kennzahlentabelle Lieferkette (S. 77)	

Kategorie: Ökologisch

Energie

G4-DMA Managementansatz	Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 66), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 81 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN4 Energieverbrauch außerhalb der Organisation	Nicht relevant für interne Unternehmenssteuerung und nicht gefordert von Stakeholdern.	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN5 Energieintensität	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 65), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 82)	
G4-EN6 Verringerung des Energieverbrauchs	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 65 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN7 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 65 ff.)	

1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum



Indikator

Verweis

Emissionen

G4-DMA Managementansatz	Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN15 Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 67), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 82)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN16 Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 67), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 82)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN17 Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 67), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 82)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN18 Intensität der Treibhausgasemissionen	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 82)	
G4-EN19 Reduktion der Treibhausgasemissionen	Energie & CO ₂ -Reduktion (S. 65 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN20 Emission Ozon abbauender Stoffe	Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind nicht wesentlich.	
G4-EN21 NO _x , SO _x und andere signifikante Luftemissionen	Nicht relevant. Emissionen werden erfasst, sind nicht wesentlich.	

Produkte und Dienstleistungen

G4-DMA Managementansatz	Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.)	
G4-EN27 Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.)	
G4-EN28 Rücknahme von Produkten und Verpackungen	Ressourcenschutz (S. 70 f.), Kennzahlentabelle Umwelt (S. 83)	

Compliance

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-EN29 Wesentliche Bußgelder und Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Umweltauflagen	2016 wurde in 25 Fällen gegen die Verordnung über das Nachweisverfahren zur Begrenzung elektromagnetischer Felder (BEMFV) verstoßen, was Bußgeldbescheide in Höhe von 45.243 EUR zur Folge hatte.	

Insgesamt

G4-DMA Managementansatz	Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.)	
G4-EN31 Umweltschutzaufwendungen und -investitionen	Kennzahlentabelle Umwelt (S. 82)	

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte

G4-DMA Managementansatz	Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	
G4-EN32 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	
G4-EN33 Wesentliche ökologische Auswirkungen in der Lieferkette	Umwelt und Klima schützen (S. 63 ff.), Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Indikator

Verweis



Beschwerdemechanismen hinsichtlich ökologischer Aspekte

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.)
G4-EN34 Formelle Beschwerden bezüglich ökologischer Auswirkungen	Keine

Kategorie: Gesellschaftlich – Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Beschäftigung

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA1 Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 80)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA2 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte	Keine Unterscheidung bei: Gruppenunfallversicherung (inkl. Erwerbsunfähigkeits- und Invaliditätsschutz), Gesundheitsvorsorge, Elternzeit, Aktienbeteiligung, Essensgeldzuschuss, Nutzung von betrieblichen Einrichtungen wie z.B. Kantine, Sportprogramm und vermögenswirksamen Leistungen Für unbefristet Beschäftigte: Altersversorgung: aufgrund der gesetzlichen Unverfallbarkeitsfrist von fünf Jahren Die meisten Nebenleistungen werden Teilzeitkräften auf Basis ihres anteiligen Beschäftigungsgrads oder auf Basis des Teilzeitgehalts gewährt. Es gibt Leistungen, bei denen teilzeitbeschäftigte Mitarbeiter den gleichen Betrag erhalten wie Vollzeitbeschäftigte (z.B. Fahrtkostenzuschuss, Gesprächsguthaben für eigene Services).	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA3 Rückkehr nach Elternzeit	Telefónica als Arbeitgeber (S. 36), Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 81) Gemäß § 15 Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz hat in Deutschland jeder Elternteil Anspruch auf Elternzeit zur Betreuung und Erziehung seines Kindes, bis dieses sein drittes Lebensjahr vollendet hat.	<input checked="" type="checkbox"/>

Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

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

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Indikator

Verweis



Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA5 Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind typischerweise auf Unternehmensebene – also bundesweit – tätig (bspw. Arbeitssicherheitsausschuss); Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft: etwa 1,3 %	
G4-LA6 Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 79)	
G4-LA7 Arbeitnehmer mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung	Nicht wesentlich, da keine Mitarbeitergruppen einer berufsbedingten Erkrankung (Berufskrankheit) unterliegen.	
G4-LA8 Vereinbarungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheit mit Gewerkschaften	Vereinbarungen sind in formellen Betriebsvereinbarungen zu Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes geregelt. Die existierenden Vereinbarungen behandeln ca. 25 % aus der Gesamtheit aller Themen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz.	

Aus- und Weiterbildung

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA9 Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 80)	
G4-LA10 Programme zum Kompetenzmanagement, Umgang mit Berufsausstieg und der Verlängerung der Beschäftigungsfähigkeit	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.)	
G4-LA11 Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.) Aufgrund des Zusammenschlusses wurde der reguläre Performance-Dialog ausgesetzt. Entwicklungsgespräche fanden dennoch statt, in denen sich Mitarbeiter und Führungskräfte in Dialogen ausgetauscht haben, um eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung zu erhalten. Für Führungskräfte steht durch Telefónica, S.A. ein globales System zur Verfügung.	

Vielfalt und Chancengleichheit

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten	Kontrollorgane: GB (Erklärung zur Unternehmensführung) S. 176 ff., Mitarbeiter: Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 79)	<input checked="" type="checkbox"/>

Gleicher Lohn für Frauen und Männer

G4-DMA Managementansatz	Telefónica als Arbeitgeber (S. 31 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA13 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen gegenüber Männern	Kennzahlentabelle Mitarbeiter (S. 79)	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum

Indikator

Verweis



Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken

G4-DMA Managementansatz	Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA14 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	
G4-LA15 Wesentliche Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)	

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Arbeitspraktiken

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.), Bestandteil unseres Compliance Management Systems	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-LA16 Formelle Beschwerden bezüglich Auswirkungen auf Arbeitspraktiken	Compliance (S. 38 f.), Bestandteil unseres Compliance Management Systems	

Kategorie: Gesellschaftlich – Menschenrechte

Gleichbehandlung

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.), Bestandteil unseres Compliance Management Systems	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-HR3 Diskriminierungsvorfälle	Compliance (S. 39)	

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.), Lieferantenmanagement (S. 25 ff.), Bestandteil unseres Compliance Management Systems und unserer Supply Chain Sustainability Policy	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-HR4 Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen Vereinigungsfreiheit verletzt oder gefährdet ist, und ergriffene Maßnahmen	Keine	

Kinderarbeit

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.), Lieferantenmanagement (S. 25 ff.), Bestandteil unseres Compliance Management Systems und unserer Supply Chain Sustainability Policy	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-HR5 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit	Keine	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum



Indikator

Verweis

Zwangs- oder Pflichtarbeit

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f), Lieferantenmanagement (S. 25 ff), Bestandteil unseres Compliance Management Systems und unserer Supply Chain Sustainability Policy	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-HR6 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangsarbeit	Keine	

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f), Lieferantenmanagement (S. 25 ff)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-HR10 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	Lieferantenmanagement (S. 26)	
G4-HR11 Wesentliche Auswirkungen auf Menschenrechte in der Lieferkette	Lieferantenmanagement (S. 26 ff)	

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f), Lieferantenmanagement (S. 25 ff), Bestandteil unseres Compliance Management Systems	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-HR12 Formelle Beschwerden bezüglich Menschenrechtsverletzungen	Keine	

Kategorie: Gesellschaftlich – Gesellschaft

Lokale Gemeinschaften

G4-DMA Managementansatz	Leben in der digitalen Welt stärken (S. 42 ff)	
G4-S01 Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften	Leben in der digitalen Welt stärken (S. 42 ff)	
G4-S02 Geschäftstätigkeiten, die negativ auf lokale Gemeinschaften wirken können	Leben in der digitalen Welt stärken (S. 42 ff)	

Korruptionsbekämpfung

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f)	
G4-S03 Anteil der auf Korruptionsrisiken überprüften Geschäftsstandorte und ermittelte Risiken	Compliance (S. 38 f)	
G4-S04 Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	Compliance (S. 38 f), Kennzahlentabelle Compliance (S. 78)	
G4-S05 Bestätigte Korruptionsfälle	Keine	

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility
Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der
digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und
Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum



Indikator

Verweis

Politik

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.)
G4-S06 Gesamtwert politischer Spenden	Keine

Wettbewerbswidriges Verhalten

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.)
G4-S07 Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	Keine

Compliance

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.)
G4-S08 Wesentliche Bußgelder und Sanktionen wegen Verstößen gegen Gesetze und Vorschriften	Siehe Indikator G4-EN29

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.), Lieferantenmanagement (S. 25 ff.)
G4-S011 Formelle Beschwerden bezüglich Auswirkungen auf die Gesellschaft	Keine

Kategorie: Gesellschaftlich – Produktverantwortung

Kundengesundheit und -sicherheit

G4-DMA Managementansatz	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 56 ff.), Jugendschutz (S. 60 f.), Mobilfunk und Gesundheit (S. 75)
G4-PR1 Anteil wesentlicher Produkte und Dienstleistungen, die auf Sicherheit und Gesundheit geprüft wurden	Mobilfunk und Gesundheit (S. 75) An allen Sendemasten wird durch die Bundesnetzagentur die Einhaltung der Grenzwerte überprüft. Weitere Informationen stehen auf der Webseite der Telefónica Deutschland Group zur Verfügung, unter anderem eine aktuelle Liste der Mobiltelefon-SAR-Werte: www.telefonica.de/verantwortung/umwelt-und-klima-schuetzen/mobilfunk-gesundheit.html
G4-PR2 Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und Verhaltensregeln bezüglich der Sicherheit der Produkte und Dienstleistungen sowie deren Auswirkungen auf die Gesundheit	Keine

Suche



1.0 Einführender Teil

2.0 Corporate Responsibility Management

3.0 Verantwortlich wirtschaften

4.0 Leben in der digitalen Welt stärken

5.0 Umwelt und Klima schützen

6.0 Daten & Fakten

6.1 Kennzahlentabelle

6.2 Auszeichnungen

6.3 Mitgliedschaften

6.4 CR-Ziele

6.5 Statement Wirtschaftsprüfer

6.6 GRI G4 Content Index

6.7 SDG-Erklärung

6.8 Impressum



Indikator

Verweis

Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen

G4-DMA Managementansatz	Kunden (S. 22), Datenschutz und Informationssicherheit (S. 56 ff.), Jugendschutz (S. 60f), Mobilfunk und Gesundheit (S. 75)
G4-PR3 Grundsätze zur Produktkennzeichnung sowie Anteil der Produkte, die diesen unterliegen	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 56 ff.), Jugendschutz (S. 60f)
G4-PR4 Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln bezüglich der Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Keine
G4-PR5 Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	Wir erheben fortlaufend die Zufriedenheit unserer Kunden und lassen die Ergebnisse in unsere Strategien und Maßnahmen einfließen.

Werbung

G4-DMA Managementansatz	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 56 ff.), Jugendschutz (S. 60f)
G4-PR6 Verkauf verbotener Produkte	Keine
G4-PR7 Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	Kennzahlentabelle Compliance (S. 78)

Schutz der Privatsphäre des Kunden

G4-DMA Managementansatz	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 56 ff.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-PR8 Berechtigte Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes	Datenschutz und Informationssicherheit (S. 56), Kennzahlentabelle Compliance (S. 78)	<input checked="" type="checkbox"/>

Compliance

G4-DMA Managementansatz	Compliance (S. 38 f.)	<input checked="" type="checkbox"/>
G4-PR9 Wesentliche Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	Siehe Indikator G4-EN29	

Suche



- 1.0 Einführender Teil
- 2.0 Corporate Responsibility Management
- 3.0 Verantwortlich wirtschaften
- 4.0 Leben in der digitalen Welt stärken
- 5.0 Umwelt und Klima schützen
- 6.0 Daten & Fakten
 - 6.1 Kennzahlentabelle
 - 6.2 Auszeichnungen
 - 6.3 Mitgliedschaften
 - 6.4 CR-Ziele
 - 6.5 Statement Wirtschaftsprüfer
 - 6.6 GRI G4 Content Index
 - 6.7 [SDG-Erklärung](#)
 - 6.8 Impressum

SDG-Erklärung

Im September 2015 wurden die 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen verabschiedet. Die Telefónica Deutschland Group unterstützt die Umsetzung der SDGs und leistet einen eigenen Beitrag in den Handlungsfeldern des Responsible Business Plan 2020.



