



NACHHALTIGKEITSBERICHT 2021

Kennzahlen

In den einzelnen Kapiteln finden sich Erläuterungen zu den aufgeführten wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Kennzahlen.

	2021	2020	2019
FINANZ-/GESCHÄFTSKENNZAHLEN			
Umsatz in Mio. €	3.909,7	3.786,8	3.674,9
EBITDA in Mio. €	711,3	468,5	683,5
Ergebnis pro Aktie (EPS) in €	2,10	1,25	2,12
Free Cashflow in Mio. €	394,8	243,7	355,4
VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
Anzahl bestätigter Korruptionsfälle	0	0	0
Teilnahmequote am E-Learning zum Verhaltenskodex in %	90,5	92,3	93,2
KUNDENBELANGE UND PRODUKTVERANTWORTUNG			
Anzahl Kundenverträge in Mio.	15,4	14,8	14,3
davon Mobile Internet in Mio.	11,2	10,5	10,0
davon Breitband in Mio.	4,2	4,3	4,3
Anzahl Versendungen der 1&1 Logistik in Mio. Stück	6,4	6,0	6,9
CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY			
Anzahl Meldungen von Datenschutzverletzungen nach DSGVO	38	33	52
1&1 ALS ARBEITGEBER			
Anzahl der Mitarbeitenden	3.167	3.191	3.163
Fluktuation der Mitarbeitenden in %	10,4	6,1	7,5
Intern besetzte Führungspositionen in %	70,0	71,0	75,3
Frauen in Führungspositionen in %	12,9	13,0	10,0
Aus- und Weiterbildungsstunden pro Mitarbeitendem	17,4	17,1	n.a.
Krankheitsbedingte Abwesenheit in %	5,9	5,6	7,1
KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ			
Energieverbrauch in MWh	9.628,2	9.002,5	10.822,7
davon Stromverbrauch in MWh	4.050,3	3.300,8	3.520,8
Dienstreisen und Dienstwagenfahrten in Mio. km	4,3	5,7	12,2
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen	3.464,9	4.703,9	6.028,4
1&1 ALS GESCHÄFTSPARTNER			
Aufwand für bezogene Leistungen in Mio. €	1.737,6	1.929,0	1.679,4
Aufwand für bezogene Waren in Mio. €	678,3	753,2	701,4

INHALT

KENNZAHLEN	2	1&1 ALS ARBEITGEBER	54
VORWORT	4	Managementansatz	54
UNTERNEHMENSPROFIL	6	Personalstrategie und Organisation	56
Eigentümerstruktur	7	der Personalarbeit	61
Geschäftsmodell	8	Aus - und Weiterbildung	65
Ausblick	9	Diversität und Chancengleichheit	71
VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG	12	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	75
Unser Fundament für verantwortungsvolles Handeln	12	KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ	75
Compliance und Korruptionsbekämpfung	14	Managementansatz	75
Nachhaltigkeitsstrategie und -management	16	Energieverbrauch	78
EU-TAXONOMIE	24	Materialverbrauch und Logistik	80
KUNDENBELANGE UND PRODUKTVERANTWORTUNG	28	Mobilität der Mitarbeitenden	87
Managementansatz	28	1&1 ALS GESCHÄFTSPARTNER	91
Kundenzufriedenheit	30	Managementansatz	91
Produktverantwortung	35	Darstellung der Liefer- bzw. Wertschöpfungskette	94
CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY	38	Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern	97
Managementansatz	38	ANNEX	102
Datenschutz	40	GRI-Inhaltsindex und Angaben zum CSR-RUG	102
Informationssicherheit	45	Überblick zu den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)	107
Zugang zur Digitalisierung und ihre Gestaltung	52	Über diesen Bericht	108
		IMPRESSUM	116

Legende



Internetlink



Glossar, Begriffserklärung



Seitenverweis

GRI [Ziffer] Verweis auf eine GRI-Angabe, siehe auch GRI-Index, Seite 102

Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser,

GRI 102-14

mit der rasant voranschreitenden Digitalisierung wächst auch die Verantwortung, diese sicher und für alle zugänglich zu gestalten. Als einer der großen Telekommunikationsanbieter in Deutschland mit mehr als 15,4 Mio. Kundenverträgen und rund 3.200 Mitarbeitenden kommt uns hier eine besondere unternehmerische und gesellschaftliche Verpflichtung zu, die wir sehr ernst nehmen.

Insbesondere im Hinblick auf unsere neue Rolle als vierter deutscher Netzbetreiber schreiben wir digitale Teilhabe groß. Als Neueinsteiger werden wir in den kommenden Jahren ein leistungsfähiges Mobilfunknetz aufbauen, das einen Unterschied macht. So bauen wir das europaweit erste vollständig virtualisierte Mobilfunknetz auf Basis der neuen OpenRAN-Technologie. Dieser innovative Ansatz fördert nicht nur den Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt, sondern ermöglicht es, das Potenzial von 5G voll auszuschöpfen. Durch unsere Kooperation mit etablierten Funkturbetreibern werden wir vornehmlich bestehende Antennenstandorte nutzen. Das schont Umwelt und Ressourcen und beschleunigt zugleich unsere Ausbaugeschwindigkeit.

Als Unternehmen nachhaltig zu agieren ist fester Bestandteil unserer täglichen Arbeit. Unser Ziel ist es, uns kontinuierlich weiterzuentwickeln und den steigenden Ansprüchen unserer internen und externen Stakeholder jedes Jahr noch besser gerecht zu werden.

2021 veröffentlichen wir zum fünften Mal unseren Nachhaltigkeitsbericht, in dem wir unsere Maßnahmen für eine nachhaltige Wertschöpfung ausführlich und transparent darlegen. Im Vordergrund standen für uns unter anderem die intensive Beschäftigung mit dem 2021 durch die Bundesregierung verabschiedeten Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und dessen Implikationen sowie die 2022 in Teilen in Kraft tretende EU-Taxonomie. Diese gibt in einem ersten Schritt ein Klassifikationssystem für Umweltaspekte wie Klimaschutz oder die Anpassung an den Klimawandel im wirtschaftlichen Handeln vor und wird unsere konkreten Handlungsfelder in den nächsten Jahren maßgeblich prägen. Zudem haben auch im Jahr 2021 Erkenntnisse aus ESG (Environmental, Social, Governance)-Ratings Einzug in unsere Handlungsfelder gefunden.

Im Rahmen der andauernden COVID-19-Pandemie haben wir die Möglichkeiten für das mobile Arbeiten weiter ausgebaut und unsere Mitarbeitenden mit einem breiten Angebot an digitalen Gesundheitskursen dabei unterstützt, in diesen herausfordernden Zeiten sicher und gesund zu bleiben. Bei unseren Produkten haben wir 2021 noch deutlicher auf den aktiven Vertrieb

sogenannter „Refurbished-Geräte“ gesetzt und unser Portfolio an nachhaltig hergestellten Smartphones erneut erweitert.

Es freut uns, dass wir im fünften Jahr in Folge spürbare Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit erzielen konnten. Diesen Weg wollen wir konsequent weitergehen und unserem Anspruch, ökologisch, gesellschaftlich und sozial verantwortungsvoll zu operieren ebenso gerecht werden, wie auch unserem Ziel, als vierter Netzbetreiber in Deutschland langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Mit freundlichen Grüßen



Ralph Dommermuth



Markus Huhn



Alessandro Nava

Unternehmensprofil

GRI 102-1
GRI 102-3
GRI 102-4
GRI 102-6
GRI 102-7
GRI 203-1

Mit mehr als 15,4 Mio. Kundenverträgen zählt 1&1 zu den großen Telekommunikationsanbietern in Deutschland. Die börsennotierte Muttergesellschaft 1&1 AG mit Sitz in Maintal gehört zum Konzernverbund der United Internet AG und ist einer der in Deutschland führenden Anbieter von Dienstleistungen und Produkten aus den Bereichen Breitband und Mobilfunk.

Kurze Geschichte der 1&1 AG

Die Vorläuferfirmen der 1&1 AG sind bereits seit dem Jahr 1957 im Bereich Kommunikations- und Nachrichtentechnik aktiv gewesen. Seit 1994 war die damalige Drillisch AG als Service-Provider im Mobilfunkbereich tätig, das heißt als vermittelnder Anbieter von Kommunikationsdiensten unterschiedlicher Netzbetreiber – in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Im Jahr 2017 haben sich die 1&1 Telecommunication SE und die Drillisch AG zur heutigen 1&1 AG zusammengeschlossen. Gemeinsam formen sie eine starke vierte Kraft am deutschen Mobilfunkmarkt. Im Jahr 2019 hat die 1&1 Mobilfunk GmbH, vormals Drillisch Netz AG, in der 5G-Auktion die nötigen Frequenzen für den Bau eines leistungsfähigen vierten Mobilfunknetzes in Deutschland ersteigert. Als Neueinsteiger baut 1&1 ein innovatives Mobilfunknetz auf Basis der neuen OpenRAN-Technologie.

Mit der erfolgreichen Teilnahme an der 5G-Frequenzauktion im Sommer 2019 hat 1&1 den Grundstein für den Bau eines vierten Mobilfunknetzes in Deutschland gelegt. Über eine National Roaming-Vereinbarung mit Telefónica Deutschland kann das Unternehmen seinen Kundinnen und Kunden bereits während der Aufbauphase seines 5G-Netzes flächendeckenden Empfang bieten. Als Neueinsteiger setzt das Unternehmen von Beginn an auf die modernste Technologie. So baut 1&1 das europaweit erste vollständig virtualisierte Mobilfunknetz auf Basis der neuen OpenRAN-Technologie auf.

Am Ende des Geschäftsjahres 2021 waren im 1&1 Konzern – inklusive der drei Vorstandsmitglieder – 3.167 aktive Mitarbeitende¹ beschäftigt (2020: 3.191; 2019: 3.163). Sie erwirtschafteten einen Umsatz von 3.909,7 Mio. € (2020: 3.786,8 Mio. €; 2019: 3.674,9 Mio. €).

¹ Angaben beziehen sich auf aktive Stammmitarbeitende nach Köpfen, ohne inaktive Dienstverhältnisse (vor allem Mitarbeitende in Elternzeit) sowie ohne Praktikantinnen, Praktikanten, Werkstudierende, Schülerinnen, Schüler, Diplomandinnen, Diplomanden und Aushilfen.

Struktur des 1&1 Konzerns⁽¹⁾

	Gehalten von Nr.
1 1&1 AG, Maintal	
2 Drillisch Online GmbH, Maintal	1
3 IQ-optimize Software AG, Maintal	1
4 1&1 Mobilfunk GmbH, Düsseldorf	2
5 Drillisch Logistik GmbH, Münster	1
6 Blitz 17-665 SE, Maintal	1
7 Blitz 17-666 SE, Maintal	1
8 1&1 Telecommunication SE, Montabaur	1
9 1&1 Logistik GmbH, Montabaur	8
10 1&1 Telecom Sales GmbH, Montabaur	8
11 1&1 Telecom Service Montabaur GmbH, Montabaur	8

(1) Alle unterhalb der 1&1 AG aufgeführten Gesellschaften sind zu 100% Töchter der 1&1 AG.

Eigentümerstruktur

Die 1&1 AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Maintal. Ihre Aktien gehörten im Berichtsjahr den Indizes TecDAX bzw. SDAX der Börse Frankfurt an. Am 31. Dezember 2021 hielt die United Internet AG 78,32 % der Anteile, 21,3% der Aktien befanden sich im Streubesitz.² Mitglieder des Aufsichtsrats hielten 0,16% der Anteile, der Vorstand der 1&1 AG hielt direkt keine Aktien – unverändert zum Vorjahr. Ralph Dommermuth, Vorstandsvorsitzender der 1&1 AG, hielt wiederum bezogen auf das um die eigenen Anteile reduzierte Grundkapital mittelbar über Beteiligungsgesellschaften zum 31. Dezember 2021 rund 52 % des Grundkapitals der United Internet AG.

GRI 102-5

Im Geschäftsjahr 2021 erzielte der 1&1 Konzern einen Umsatz in Höhe von 3.909,7 Mio. € (2020: 3.786,8 Mio. €; 2019: 3.674,9 Mio. €). Investitionen wurden in Höhe von 37,2 Mio. € (2020: 207,0 Mio. €³; 2019: 20,3 Mio. €) getätigt. 8,8 Mio. € (2020: 8,8 Mio. €; 2019: 8,8 Mio. €) schüttete 1&1 im Jahr 2021 als Dividende für das Geschäftsjahr 2020 an seine Aktionäre aus. Seit der Darlehensrückzahlung 2019 (32,0 Mio. €) bestehen keine Verbindlichkeiten aus Krediten mehr.

GRI 102-7

² Details lassen sich der Website „Aktionärsstruktur“ entnehmen.

³ Die Investitionen beinhalten die einmalige Zahlung von 165 Mio. € im Zusammenhang mit der Ausübung der ersten Verlängerungsoption des MBA MVNO-Vertrags.

Geschäftsmodell

GRI 102-2

GRI 102-6

Das Unternehmen zählt zu den großen Telekommunikationsanbietern in Deutschland. Seit mehr als 30 Jahren bietet der Konzern seinen Kundinnen und Kunden ein umfassendes Portfolio an Dienstleistungen und Produkten aus den Bereichen Breitband und Mobilfunk an – zuverlässig, preisführend und mit einem vielfach ausgezeichneten Service. Hinzu kommen Bundle-Produkte aus Mobilfunk und Festnetz sowie Mehrwert-Anwendungen wie Heimvernetzung, Online-Storage, Video-on-Demand, Smart Home-Lösungen oder IPTV (Fernsehen über das Internet).

GRI 102-7

Dabei setzt das Unternehmen auf einen starken Vermarktungsansatz: Während 1&1 das Premiumsegment abdeckt, adressieren die Marken unter dem Dach der Drillisch Online GmbH eine preisbewusste Zielgruppe. Dieses breite Produkt- und Kundensegment sichert der 1&1 Gruppe eine sehr gute Marktposition.

GLOSSAR MOBILFUNK

MBA MVNO

Mobile Bitstream Access Mobile Virtual Network Operator: Telekommunikations-anbieter, der zwar kein eigenes physisches Netz besitzt, aber das Netz eines MNO in bestimmtem Umfang nutzen kann und diese Dienstleistung auch selbstständig abrechnet.

MNO

Mobile Network Operator: Mobilfunkunternehmen mit einem eigenen physischen Netz (Funkmasten, Vermittlungsstellen, gesamte technische Ausrüstung).

Breitband-Anschlüsse

Mit seinen leistungsfähigen Breitband-Angeboten – insbesondere VDSL-/Vectoring- und Glasfaser-Anschlüssen – und mehr als vier Millionen Kundenverträgen ist 1&1 einer der führenden Anbieter in Deutschland. Über die Schwester-gesellschaft 1&1 Versatel Deutschland GmbH hat das Unternehmen Zugriff auf eines der größten Glasfasernetze Deutschlands und kauft zusätzlich von verschiedenen Vor-leistungsanbietern, z. B. der Deutschen Telekom oder städtischen Betreibern, standardisierte Netzleistungen ein. Die Qualität der 1&1-Festnetz-Produkte wird regelmäßig mit „bestes Netz“ im renommierten „connect Festnetztest“ ausgezeichnet.

Mobile Internet

1&1 bietet seinen über 11 Millionen Mobilfunkkundinnen und -kunden innovative Produkte zu attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnissen und mit mehrfach ausgezeichnetem Service. Als sogenannter „Mobile Bitstream Access Mobile Virtual Network Operator“ (MBA MVNO) bezieht 1&1 bisweilen Netzkapazitäten von Vodafone und Telefónica und veredelt diese mit eigenen Anwendungen und Services. Über einen MBA MVNO-Vertrag hat 1&1 gesicherten Zugriff auf bis zu 30 % der Kapazität des Telefónica-Netzes in Deutschland. Damit hat das Unternehmen eine Sonderstellung am deutschen Markt.

Mit der erfolgreichen Teilnahme an der 5G-Frequenzauktion im Sommer 2019 hat 1&1 den Grundstein für den Bau eines hochleistungsfähigen Mobilfunknetzes gelegt. Nach Abschluss einer National Roaming-Vereinbarung mit Telefónica Deutschland sowie nach Vertragsunterzeichnung mit starken Partnern für die aktive und passive Netzinfrastruktur befindet sich 1&1 in der Aufbauphase ihres innovativen 5G-Mobilfunknetzes.

5G-Frequenzauktion

Verfahren, über das die Bundesnetzagentur die Lizenzen für die Nutzung von Frequenzbereichen an Mobilfunkanbieter vergibt. Die Versteigerung der Frequenzen endet mit dem letzten Gebot der teilnehmenden Unternehmen.

National Roaming-Vereinbarung

Der bundesweit gesicherte Zugang zum Netz eines etablierten Netzbetreibers während der Aufbauphase einer neuen Netzinfrastruktur durch einen Neueinsteiger.

OpenRAN

Im Unterschied zu einem traditionellen geschlossenen RAN (Radio Access Network), trennt OpenRAN konsequent zwischen Hardware und Software. Der neuartige und vollständig virtualisierte Ansatz macht aufwendige Umrüstungen an den Basisstationen obsolet und ermöglicht eine große Unabhängigkeit von dominierenden Netzausrüstern. Zudem schöpft die cloud-native Netzinfrastruktur das Potenzial von 5G vollumfänglich aus und ermöglicht Übertragungen in Echtzeit.

Ausblick

Mit dem Bau des vierten deutschen Mobilfunknetzes ist 1&1 nicht nur langfristig unabhängiger vom Zugang zu Fremdnetzen, sondern auch in der Lage, die Produkteffizienz zu steigern und neue Geschäftsfelder zu erschließen.

GRI 102-10
GRI 203-2

Als Neueinsteiger baut 1&1 das erste vollständig virtualisierte Mobilfunknetz Europas auf Basis der neuen OpenRAN-Technologie. Damit wird das Unternehmen zum Innovationstreiber für den deutschen und europäischen Mobilfunkmarkt.

Mit einem großen Kundenstamm, Zugang zu einem der größten Glasfasernetze Deutschlands sowie einem starken Markenportfolio und etablierten Vertriebswegen ist 1&1 für die neue Rolle als Netzbetreiber sehr gut aufgestellt.

Die Auflagen der Bundesnetzagentur sehen vor, dass 1&1 bis Ende 2022 1.000 5G-Basisstationen errichtet und bis Ende 2025 25 % sowie bis 2030 50 % der Haushalte abdecken soll. Durch die Kooperation mit Funkturbetreibern hat 1&1 Zugriff auf Tausende bestehende Antennenstandorte. Dies ermöglicht einen umwelt- und ressourcenschonenden Netzaufbau und beschleunigt zudem die Ausbaugeschwindigkeit.

Auch 2022 zählen die flächendeckende Verfügbarkeit des festnetzbasiereten und mobilen High-Speed-Internets, der zunehmende Einsatz leistungsstarker Smartphones, die weitere Verbreitung von Cloud-Anwendungen, IPTV oder Foto- und Musik-Streaming-Diensten sowie die wachsende Vernetzung von intelligenten Geräten und Maschinen untereinander zu den wichtigsten Trends in der Telekommunikationsbranche. 5G spielt dabei eine Schlüsselrolle, die sowohl Produkte als auch Anwendungen revolutioniert.

Als vierter Netzbetreiber möchte 1&1 dazu beitragen, diese Trends aktiv mit voranzutreiben und wird so auch künftig in neue Kundinnen und Kunden sowie Produkte investieren, um die gute Marktposition des Unternehmens zu stärken.

Wichtige Bausteine sind dabei:

- die National Roaming-Vereinbarung mit Telefónica Deutschland, durch die 1&1 seinen Kundinnen und Kunden bereits während der Aufbauphase des 1&1 Mobilfunknetzes flächendeckenden Empfang bieten kann;
- die tiefgreifende Technologie-Partnerschaft mit dem weltweit einzigen ausgewiesenen Open-RAN-Experten Rakuten Group Inc., von dessen Lernkurve und Erfahrung im Aufbau eines cloud-nativen Mobilfunknetzes 1&1 profitiert;
- die Kooperation mit Funkturbetreibern, durch die 1&1 Zugriff auf Tausende bestehende Antennenstandorte erhält, was einen umweltschonenden und zügigen Netzaufbau ermöglicht;
- der Intercompany-Vertrag mit 1&1 Versatel zur Anmietung von Glasfaserleitungen und Rechenzentrumsinfrastruktur für das 1&1 OpenRAN-Mobilfunknetz;
- ein klarer Fokus von Marketing und Vertrieb auf Mobile-Internet-Produkte sowie die effektive Nutzung von Skaleneffekten;
- eine kontinuierliche Verbesserung des nutzerfreundlichen Servicekonzepts;

- die Fortsetzung der kreativen und innovativen Angebote mit weiteren Kooperationen und neuen Inhalten;
- die Ausweitung des Breitband-Vorleistungseinkaufs durch die im Geschäftsjahr 2021 geschlossene Vereinbarung mit der 1&1 Versatel, durch die 1&1 Zugang zum gesamten Glasfasernetz der Deutschen Telekom erhält und an den Wachstumsplänen der Deutschen Telekom partizipiert.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Unser Fundament für verantwortungsvolles Handeln

Corporate Governance

GRI 102-16
GRI 102-18

Vorstand und Aufsichtsrat der 1&1 AG sehen sich in der Verpflichtung, durch eine verantwortungsbewusste und langfristig ausgerichtete Unternehmensführung für den Bestand des Unternehmens sowie für eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen. Nach dem Selbstverständnis von 1&1 geht unternehmerisches Handeln über die Verfolgung wirtschaftlicher Ziele hinaus und beinhaltet auch eine Verpflichtung gegenüber Gesellschaft, Umwelt, Mitarbeitenden und weiteren Stakeholdern.



Siehe „Corporate Governance“ auf der 1&1 Website

Die Corporate Governance der 1&1 AG orientiert sich am Aktiengesetz und den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK), dabei veröffentlichen wir jährlich eine Entsprechenserklärung zum DCGK nach § 161 AktG.

Diversität in Vorstand und Aufsichtsrat

GRI 405-1

Diversitätsaspekte finden bei der Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats stets Beachtung. Die Gesellschaft erachtet Diversität dabei nicht nur als wünschenswert, sondern als ganz entscheidend für den Erfolg des Unternehmens. Dementsprechend verfolgt die Gesellschaft insgesamt eine wertschätzende Unternehmenskultur, bei der die individuelle Verschiedenheit hinsichtlich Kultur, Nationalität, Geschlecht, Altersgruppe und Religion gewünscht und dementsprechend Chancengerechtigkeit – unabhängig von Alter, Behinderung, ethnisch-kultureller Herkunft, Geschlecht, Religion und Weltanschauung oder sexueller Identität – gefördert wird.

Im eigenen Interesse des Unternehmens soll bei der Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats auf Diversität mit Blick beispielsweise auf Alter, Geschlecht oder Berufserfahrung (z. B. Branchenkenntnisse oder internationale Erfahrung) geachtet werden. Dem Aufsichtsrat soll mindestens eine Frau angehören (Frauenanteil 16,66 %); durch Frau Dr. Claudia Borgas-Herold ist diese Zielvorgabe derzeit erfüllt. Der Frauenanteil im Vorstand beträgt derzeit weiterhin 0 %, was der derzeitigen Zielquote entspricht. Darüber hinaus soll die Auswahl für und die Besetzung von Organpositionen aufgrund objektiver Faktoren wie Qualifikation, fachlicher Eignung und

nach dem individuellen Kompetenzprofil der potenziellen Führungskräfte erfolgen, wobei die Gesellschaft bemüht ist, bei gleicher Qualifikation Frauen den Vorzug zu geben.

Für weitere Informationen sei auf die „Erklärung zur Unternehmensführung“ verwiesen. Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat wird im Vergütungsbericht dargestellt, der im Geschäftsbericht sowie auf unserer Website zu finden ist. Grundsätzliche Informationen sind der Satzung zu entnehmen.



Siehe „EzU“ sowie „Berichte“ auf der 1&1 Website

Siehe „Satzung“ auf der 1&1 Website

Werte und Leitlinien

Die Grundlage für unser tägliches Arbeiten bilden unsere konzernweit gültigen Werte, Führungsleitlinien sowie unser Verhaltenskodex. Alle Mitarbeitenden werden bei ihrem Einstieg in das Unternehmen auf diese Grundlagen hingewiesen und haben sie einzuhalten. Die Werte, Leitlinien und der Verhaltenskodex sind jederzeit im Intranet abrufbar.

GRI 102-16

Unternehmenswerte

Unsere Werte stärken unser Selbstverständnis und bilden unsere Spielregeln. Nur durch einheitliche Überzeugungen können wir gemeinsames Denken und Handeln entwickeln. Unsere Werte gelten im Umgang untereinander sowie im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern.

- » Erfolgswille
- » Agilität
- » Solidität
- » Fairness
- » Offenheit
- » Verantwortung

Führungsleitlinien

„Menschen erfolgreich machen“ ist unsere Führungsphilosophie. Unsere Führungsleitlinien beinhalten das folgende Selbstverständnis unserer Führungskräfte:

- » Wir sind Verantwortungsträger und zeigen Mut
- » Wir sind Mit-Unternehmer
- » Wir sind Vorbild
- » Wir übertragen Verantwortung und fordern heraus
- » Wir führen im aktiven Dialog
- » Wir gestalten eine starke Team-Kultur

Verhaltenskodex

Unser Verhaltenskodex schlägt die Brücke zwischen den Unternehmenswerten und den internen Richtlinien. Er zeigt kurz und prägnant, wie wir im Einklang mit unseren Werten, Gesetzen und Richtlinien handeln. Er verdeutlicht die wesentlichen Grundsätze anhand von Beispielen und gibt konkrete Handlungsempfehlungen im Umgang mit Kollegen, Geschäftspartnern, Investoren, Wettbewerbern sowie Kunden und Medien.



Siehe „1&1 als Arbeitgeber“, S. 54 sowie zu unserem Geschäftspartner-Kodex „1&1 als Geschäftspartner“, S. 91

Risikomanagement

GRI 102-11



Siehe „Risiko-, Chancen und Prognosebericht“ im [Geschäftsbericht](#)



Siehe „Über diesen Bericht“, S. 108

Um den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern, ist es unerlässlich, Risiken unternehmerischen Handelns effektiv zu identifizieren, zu analysieren und ihnen durch geeignete Steuerungsmaßnahmen zu begegnen. Die Risiko- und Chancenpolitik des 1&1 Konzerns orientiert sich am Ziel, die Werte des Unternehmens zu erhalten und nachhaltig zu steigern, indem Chancen wahrgenommen und Risiken frühzeitig erkannt und gesteuert werden. Das „gelebte“ Risiko- und Chancenmanagement stellt sicher, dass 1&1 die Geschäftstätigkeiten in einem kontrollierten Unternehmensumfeld ausüben kann. Das Risiko- und Chancenmanagement regelt den verantwortungsvollen Umgang mit Unsicherheiten, die mit unternehmerischem Handeln immer verbunden sind. Dies umfasst auch die Handhabung von Umweltrisiken. Das System wird permanent weiterentwickelt und den sich wandelnden Gegebenheiten entsprechend angepasst.

Compliance und Korruptionsprävention

Wesentlichkeit, Auswirkungen und Risiken

GRI 102-11

GRI 102-16

GRI 103

GRI 103-1

GRI 205

Compliance ist ein wichtiger Bestandteil der Führungs- und Unternehmenskultur der 1&1 AG. Für den Konzern umschreibt Compliance die Gesamtheit aller Maßnahmen zur Einhaltung von Recht und Gesetz sowie von eigenen internen Standards, Grundsätzen und Regeln. Rechtlich und ethisch einwandfreies Verhalten ist aus Sicht der 1&1 AG die Basis jedes nachhaltigen unternehmerischen Erfolgs.

Ziele und Maßnahmen

GRI 103-2

Der Vorstand hat daher ein Compliance-Managementsystem implementiert, dessen Kernstück ein zentraler Verhaltenskodex darstellt. Der Verhaltenskodex gilt für alle Organmitglieder und Mitarbeitenden der 1&1 AG und stellt sicher, dass das Wertesystem auf breiter Ebene konsequent und kontinuierlich gelebt wird.



Zu Compliance mit Fokus Menschenrechte siehe „1&1 als Geschäftspartner“, S. 91

Zentrale Bereiche des Verhaltenskodex betreffen etwa den fairen, respektvollen und vertrauenswürdigen Umgang mit Kolleginnen und Kollegen und Geschäftspartnern, die Informationssicherheit und den Datenschutz sowie das Verhalten gegenüber Wettbewerbern. Bestechung und Korruption werden bei 1&1 nicht toleriert; der Verhaltenskodex flankiert diese Haltung mit entsprechenden Verboten und Hinweisen unmissverständlich. Verstöße gegen Compliance-Vorgaben sind für das Unternehmen nicht akzeptabel. Hinweisen auf Verstöße wird konsequent

nachgegangen und der zugrundeliegende Sachverhalt aufgeklärt. Soweit Verstöße festgestellt werden, werden diese sofort abgestellt und, sofern erforderlich, im angemessenen Rahmen konsequent sanktioniert.

Über die im 1&1 Konzern etablierten, vertraulichen Meldewege hat das Unternehmen keine Sachverhalte identifiziert, die den Tatbestand einer Straftat oder Ordnungswidrigkeit erfüllen oder allgemeine Rechtspflichten verletzen. Mit den Veränderungen der Unternehmensstruktur und -größe in den letzten Jahren hat 1&1 das Compliance-Managementsystem weiterentwickelt und angepasst. Dazu zählt unter anderem die Implementierung eines elektronischen Hinweisgebersystems. Das Hinweisgebersystem („Integrity Line“) ermöglicht es Beschäftigten sowie externen Hinweisgebenden, Regelverstöße jederzeit digital und geschützt zu melden. Dabei kann eine Meldung auch anonym erfolgen. Die interne „Hinweisgeberschutz-Richtlinie“ stellt den Schutz der hinweisgebenden Personen sicher.

GRI 205-2
GRI 205-3

Auf Grundlage unseres Verhaltenskodex bieten wir darüber hinaus ein umfangreiches E-Learning an. Das E-Learning ist zum einen integraler Bestandteil des Onboardings für neue Mitarbeitende und dient zum anderen dazu, sämtlichen Mitarbeitenden auf interaktive Weise die Inhalte des Verhaltenskodex näherzubringen und die Verhaltensregeln effektiv zu vermitteln.

Interne Richtlinien, die umfassende Informationen für Mitarbeitende unter anderem zu den Themen Korruptionsprävention und Umgang mit Incentives, Informationssicherheit sowie Datenschutz enthalten, werden turnusmäßig alle zwei Jahre und anlassbezogen auf etwaigen Aktualisierungsbedarf geprüft. Sämtliche Richtlinien sind jederzeit im konzerneigenen Intranet abrufbar. Zudem werden über das Intranet regelmäßig aktuelle Informationen zu Compliance-relevanten Themen sicher.

Ergebnisse und Beurteilung

Das Erreichen der Compliance-Ziele messen wir insbesondere maßnahmenbezogen. Zu den maßnahmenbezogenen Kennzahlen gehören z. B. Teilnahmequoten von Schulungen und E-Learnings oder die Anzahl von Freigaben im Rahmen von Compliance-Prozessen wie der Korruptionsprävention. Zum 31. Dezember 2021 haben 3.060 Mitarbeitende (2020: 3.115; 2019: 2.568) den Abschlusstest des verpflichtenden E-Learnings zum Verhaltenskodex erfolgreich abgeschlossen. Das entspricht einer Bestehensquote von insgesamt 90,5 % (2020: 92,3 %; 2019: 93,2 %).

GRI 103-3

Nachhaltigkeitsstrategie und -management

Ansatz

Nachhaltigkeitsverständnis

Nachhaltigkeit – vereinfacht zu verstehen als Sicherstellung der Bedürfnisbefriedigung sowohl der aktuellen als auch der nachfolgenden Generationen – ist im gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Raum kaum wegzudenken. Damit verbundene gesellschaftliche Entwicklungen und „Megatrends“ wie Digitalisierung und Klimawandel sowie daraus resultierende Transformationsprozesse werden branchenübergreifend diskutiert, sei es im Zusammenhang mit Fragen nach Datenschutz, der Veränderung der Arbeitswelt oder dem Übergang in eine kohlenstoffarme Wirtschaft. Diese Themen können oft wesentlich durch Unternehmen beeinflusst werden – positiv wie negativ. In umgekehrter Richtung beeinflussen die Themen auch Unternehmen, z. B. in Form von veränderten Erwartungen der Gesellschaft (etwa „Fridays for Future“-Bewegung), Wünschen von Konsumentinnen und Konsumenten sowie Kundinnen und Kunden, regulatorischen Anforderungen oder der zunehmenden Aufmerksamkeit seitens Investorinnen und Investoren für ESG-Aspekte. Dieser Bericht zeigt auf, in welchem Zusammenhang diese und weitere Nachhaltigkeitsthemen mit 1&1 stehen und wie das Unternehmen mit den daraus resultierenden Herausforderungen und Chancen umgeht.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie und unserem Nachhaltigkeitsmanagement möchten wir die aktuellen und wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen, Herausforderungen und Chancen adressieren – also die relevanten Auswirkungen unseres Unternehmens auf unsere Anspruchsgruppen (Stakeholder) sowie auf Umwelt und Gesellschaft ebenso wie die Auswirkungen von Umwelt und Gesellschaft auf unser Unternehmen. Um dies sicherzustellen, basieren die Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie auf einer Wesentlichkeitsanalyse.

Neuerungen

GRI 102-48
GRI 102-49

Im Berichtsjahr 2021 standen im Handlungsfeld „Kundenbelange und Produktverantwortung“ der kontinuierliche Ausbau der Kundenzufriedenheit und das Thema 5G im Fokus. Für den Aufbau des vierten deutschen Mobilfunknetzes auf Basis der neuartigen OpenRAN-Technologie konnten wir weitere zentrale Weichen stellen. Mit dem Bau einer eigenen innovativen Netzinfrastruktur wächst auch unsere digitale Verantwortung.

Es galt, im Handlungsfeld „Corporate Digital Responsibility“ insbesondere die digitale Teilhabe zu sichern und zu fördern. Im gleichen Zug nahmen die Felder Datenschutz und Informationssicherheit einen hohen Stellenwert ein.

Das Handlungsfeld „1&1 als Arbeitgeber“ stand ganz im Zeichen der Themen „Nachwuchssicherung und Talentgewinnung“ sowie „Diversität und Chancengleichheit“. Hier erreichten wir beispielsweise die Auszeichnung als Jahrgangssieger des Gütesiegels „Best Place to Learn“ und konzentrierten uns auf die systematische Weiterentwicklung von Themen in den Bereichen „Gender Equality“ und LGBTIQ+. Außerdem veranstalteten wir erstmalig die „Diversity Days“ – eine dreitägige Konferenz mit Vorträgen, Workshops und Diskussionen rund um das Thema Diversität.

Im Handlungsfeld „Klima- und Umweltschutz“ haben wir den Ausbau unserer internen Datenerhebung verfolgt sowie die Erweiterung zur Nutzung erneuerbarer Energien in unseren Bürostandorten umgesetzt. Zudem wurde der Analyse zur Erfüllung der EU-Taxonomie besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Im Rahmen des Handlungsfelds „1&1 als Geschäftspartner“ haben wir insbesondere das Thema „Due Diligence Outsourcing“ adressiert und unter anderem sechs Mitarbeitende zu Auditorinnen und Auditoren weitergebildet, die regelmäßige Vor-Ort-Auditierungen bei unseren Call-Center-Dienstleistungsunternehmen durchführen.

Wesentlichkeitsanalyse: Themen und Handlungsfelder

Unseren Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen inklusive unserer Definition von Wesentlichkeit, der untersuchten Kriterien und der Wesentlichkeitsmatrix stellen wir ausführlich im Abschnitt „Über diesen Bericht“ dar.



Siehe „Über diesen Bericht“, S. 108

Auf Basis der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse haben wir die Themen innerhalb der Nachhaltigkeits-Handlungsfelder kontinuierlich weiterentwickelt und analysiert, wo ihre Auswirkungen („impact“) entstehen und in welchen Bereichen bei 1&1 sich geeignete Ansatzpunkte für ihr Management finden. Dabei nehmen wir gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) eine Risikobetrachtung der Aspekte für die eigene Geschäftstätigkeit, die Produkte und Dienstleistungen sowie die Geschäftsbeziehungen⁴ vor. Die folgende Übersicht zeigt ergänzend die Zugehörigkeit der Themen zu den Aspekten aus dem CSR-RUG. Die Handlungsfelder finden sich in der Berichtsstruktur wieder.

GRI 102-44
GRI 102-46
GRI 102-47

⁴ Nach dem Deutschen Rechnungslegungs Standard (DRS) 20 sind unter Geschäftsbeziehungen „insbesondere auch die Lieferkette und die Kette der Subunternehmer“ zu erfassen.

Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen und Ableitung von Handlungsfeldern

Nichtfinanzielle Aspekte aus dem CSR-RUG	Ermittelte wesentliche Themen	Handlungsfelder: Wo entstehen Auswirkungen? Wo sind Ansatzpunkte im Unternehmen?		
		Eigene Geschäftstätigkeit	Produkte/Leistungen	Geschäftsbeziehungen
UMWELT-BELANGE	Energie	Klima- und Umweltschutz		1&1 als Geschäfts-partner
	Materialien			
	Emissionen			
	Transport			
	Bewertung von Lieferanten nach ökologischen Kriterien, ökologische Verantwortung in der Lieferkette			
	Ökologische Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen			
ARBEITNEHMER-BELANGE	Beschäftigung	1&1 als Arbeitgeber		1&1 als Geschäfts-partner
	Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz			
	Aus- und Weiterbildung			
	Vielfalt und Chancengleichheit			
	Gleicher Lohn für Männer und Frauen			
	Gleichbehandlung			
ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE	Bewertung von Lieferanten nach Arbeitsbedingungen, soziale Verantwortung in der Lieferkette	1&1 als Arbeitgeber, Corporate Digital Responsibility		
	Menschenrechte			
BEKÄMPFUNG VON KORRUPTION UND BESTECHUNG	Compliance und Korruptionsbekämpfung (inklusive wettbewerbskonformes Verhalten, rechtskonformes Marketing)	Verantwortungsvolle Unternehmensführung		
SOZIALBELANGE/ KUNDENBELANGE	Kundengesundheit und -sicherheit	Kundenbelange und Produktverantwortung ⁽¹⁾		
	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen ⁽²⁾			
	Schutz der Privatsphäre von Kunden			
	Informationssicherheit			
	Zugang zur Digitalisierung	Corporate Digital Responsibility		

(1) Handlungsfeld beinhaltet das Thema „Kundenzufriedenheit“.

(2) Thema findet sich zum Teil auch im Kapitel „Klima- und Umweltschutz“, z. B. bezüglich Kunden-Hardware.

Nachhaltigkeitsstrategie: Handlungsfelder und Ziele

Handlungsfelder

Aus der Kombination der wesentlichen Themen mit den Strukturen und Aktivitäten der 1&1 Gruppe haben wir folgende Handlungsfelder abgeleitet:

Übergeordnetes Handlungsfeld: Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Strategische Pfeiler der Unternehmensführung wie Corporate Governance, Werte und Leitlinien, Compliance und Korruptionsprävention etc. sowie Nachhaltigkeitsstrategie und -management

Kundenbelange
und Produkt-
verantwortung

Corporate
Digital
Responsibility

1&1 als
Arbeitgeber

Klima- und
Umweltschutz

1&1 als
Geschäfts-
partner

- **Kundenbelange und Produktverantwortung:** Die Kundenansprüche an Telekommunikations- und Internet-Zugänge wachsen stetig, und nur zufriedene Kundinnen und Kunden können wir langfristig an uns und unsere Produkte binden. Daher sind uns die Rückmeldung und Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden besonders wichtig: Wir stellen sie in den Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns und möchten durch Leistung und Service begeistern. Mit zahlreichen Initiativen arbeiten wir daran, die Kundenzufriedenheit zu steigern, unter anderem durch neue Produkt- und Tarifangebote, Transparenz und ein noch leistungsfähigeres und umfangreicheres Angebot. Um das beste Preis-Leistungs-Verhältnis orientiert am aktuellen Bedarf und dem sich verändernden Nutzerverhalten anzubieten, arbeitet 1&1 stetig an der Effizienzverbesserung der Geschäftsprozesse.
- **Corporate Digital Responsibility:** Mit fortschreitender Digitalisierung steigen sowohl Chancen als auch Risiken für Nutzerinnen und Nutzer: einerseits ermöglicht sie z.B. verbesserte, auf die Nutzerin oder den Nutzer zugeschnittene Leistungen, andererseits erhöht sich die Gefahr von Datendiebstahl oder Sicherheitslücken. Es ist unser Anspruch, der Gesellschaft Zugang zur Digitalisierung zu ermöglichen und diesen sicher zu gestalten. Auf Basis der Nutzung eigener sowie angemieteter Rechenzentren, die nach internationalen Sicherheitsstandards zertifiziert sind, bauen wir Datenschutz und Informationssicherheit im Netz stetig aus.



Siehe S. 28



Siehe S. 38



Siehe S. 54

- **1&1 als Arbeitgeber:** Auch als Arbeitgeber bewegen wir uns in einem dynamischen, durch Wachstum und unseren Innovationsanspruch gekennzeichneten Umfeld sowie einem umkämpften Fachkräftemarkt. Dabei haben wir den Anspruch, ein fairer und attraktiver Arbeitgeber zu sein und unsere Mitarbeitenden zu fördern. Dafür möchten wir ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem alle Mitarbeitenden ihr Wissen einbringen sowie Entwicklungsmöglichkeiten und Gestaltungsspielräume nutzen können. Unsere Unternehmenskultur ist geprägt durch gegenseitige Unterstützung, Wertschätzung und Förderung von Vielfalt sowie durch flache Hierarchien, die Entscheidungsprozesse beschleunigen.



Siehe S. 75

- **Klima- und Umweltschutz:** Unser Angebot als Telekommunikations- und Internet-Spezialist fußt auf der Nutzung von Netzinfrastruktur und Rechenzentren, die einen signifikanten Anteil des Energieverbrauchs von 1&1 verursachen. Dabei werden diese Leistungen größtenteils von Vorleistungsanbietern sowie zum Konzernverbund der United Internet AG gehörenden Gesellschaften erbracht. Gleichwohl wirken sich dieser Energieverbrauch und die dadurch von 1&1 verursachten CO₂-Emissionen auf die Umwelt und das Klima aus. Wir möchten daher effizient mit Ressourcen umgehen und einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. So wird z. B. in vielfältige Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz investiert. Zudem wird für die Rechenzentren der IONOS Gruppe⁵, welche zum Konzernverbund der United Internet AG gehört, erneuerbare Energie bezogen.



Siehe S. 91

- **1&1 als Geschäftspartner:** Als Telekommunikations- und Internet-Anbieter arbeiten wir mit einer Vielzahl von Geschäftspartnern zusammen. Hierzu zählen neben der zum Konzernverbund der United Internet AG gehörenden 1&1 Versatel, die eines der größten Glasfasernetze Deutschlands bereitstellt, auch weitere Anbieter von Netzleistungen und IT-Hardware sowie Vertriebs- und Versanddienstleister. Durch starke und faire Partnerschaften möchten wir mit unseren Geschäftspartnern gemeinsam Wert schöpfen. Dabei ist die Integrität unserer Geschäftspartner für uns von erheblicher Bedeutung – einerseits, um Risiken zu vermeiden, die aus Geschäftsbeziehungen erwachsen können, andererseits, um das Vertrauen für langfristige Partnerschaften und die gemeinschaftliche Übernahme von Verantwortung aufzubauen. Um dies zu gewährleisten, liegt ein Geschäftspartner-Kodex vor.





⁵ Wenn im Folgenden der Einfachheit halber von IONOS gesprochen wird, ist damit die IONOS Gruppe gemeint.

Bezug zu den UN Sustainable Development Goals (SDGs)

In diesem Bericht nehmen wir an geeigneten Stellen Bezug zu den UN SDGs. Die SDGs umfassen 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung, die dazu dienen sollen, Armut zu beenden, die Erde zu schützen und Wohlstand für alle zu sichern. Sie sind 2015 von den Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen (VN) beschlossen worden und sollen bis zum Jahr 2030 erreicht werden. Durch die Darstellung der SDG-Symbole kennzeichnen wir, mit welchen Handlungsfeldern wir am stärksten zur Erreichung welcher SDGs beitragen. Im Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie von 1&1 stehen die SDGs 8, 9, 12 und 13, in einzelnen Kapiteln gehen wir zudem auf weitere SDGs und unseren entsprechenden Beitrag ein.



Siehe „[UN SDGs](#)“

 <p>8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</p>	Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern
 <p>9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</p>	Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen
 <p>12 VERANTWORTUNGSVOLLE KONSUM- UND PRODUKTIONSMUSTER</p>	Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen
 <p>13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</p>	Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

Weiterentwicklung in den Handlungsfeldern

Für die einzelnen Handlungsfelder bzw. Themen haben wir Anhaltspunkte identifiziert, um Ziele und Maßnahmen zu entwickeln und Fortschritte zu erzielen. In manchen Handlungsfeldern ist es zunächst erforderlich, einen vollständigen Überblick über den Status Quo zu erstellen, z. B. mit Blick auf „1&1 als Geschäftspartner“: Hier zielen wir darauf ab, unsere Liefer- bzw. Wertschöpfungskette inklusive der relevanten Akteure und Themen, auch vor dem Hintergrund der Anforderungen des neuen Gesetzes über unternehmerische Sorgfaltspflichten in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – LkSG) systematisch weiterzuentwickeln („Mapping“).

Die Ergebnisse fließen zusätzlich in das Handlungsfeld „Klima- und Umweltschutz“ ein: Dort haben wir vor, eine Klimabilanz (auch: Treibhausgas- bzw. CO₂-Bilanz, CO₂-Fußabdruck) zu erarbeiten, wofür die Emissionen der Wertschöpfungskette ein wesentlicher Faktor sind. Aufbauend auf diesen Analysen möchten wir inhaltliche Schritte ableiten.

Nachhaltigkeitsmanagement

Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements

GRI 102-20

Mit der Organisation des konzernweiten Nachhaltigkeitsmanagements hat der Vorstand der 1&1 AG die United Internet Corporate Services GmbH beauftragt. Zu den Aufgaben gehören die strategische Weiterentwicklung, die Berichterstattung und die Beantwortung von ESG-Rating-Anfragen sowie die dafür maßgebliche Sicherstellung und Steigerung der Datenqualität. Das Nachhaltigkeitsteam steht im Austausch mit zentralen Funktionen und relevanten Bereichen des 1&1 Konzerns und unterstützt diese dabei, nichtfinanzielle Themen in ihrer jeweiligen Tätigkeit zu beurteilen, Informationen bereitzustellen und unternehmerische Verantwortung konzernweit umzusetzen.

Der Bereich Nachhaltigkeit wird vom Finanzvorstand der 1&1 AG (CFO) verantwortet, der auch den Nachhaltigkeitsbericht aufstellt bzw. aufstellen lässt. Zudem beschäftigt sich der Vorstand der 1&1 im Laufe eines Geschäftsjahres mit aktuellen Themen und Entscheidungen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit. Der Aufsichtsrat der 1&1 AG nimmt seine Kontrollaufgabe in Form einer eigenen Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts („Nichtfinanzielle Erklärung“) auf Rechtmäßigkeit, Ordnungsmäßigkeit und Zweckmäßigkeit wahr.

Austausch mit Stakeholdern

GRI 102-12 GRI 102-40 GRI 102-42 GRI 102-43 GRI 102-44

Unsere Geschäftstätigkeit setzt die erfolgreiche Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Stakeholdern voraus. Über unterschiedliche Plattformen und Formate stehen wir im Austausch mit diesen Gruppen, um die Kommunikation und Kooperation weiter zu stärken und die Interessen unserer Stakeholder zu berücksichtigen. Dabei gilt es z. B., das Interesse der Mitarbeitenden an sicheren Arbeitsplätzen und angemessener Bezahlung mit dem Wunsch der Aktionäre nach einer fairen Beteiligung am Geschäftserfolg in Einklang zu bringen. Dieses Interessengleichgewicht wahrt 1&1, indem Geschäftsprozesse regelmäßig überprüft und optimiert werden.

- **Kundinnen und Kunden:** Wir orientieren uns konsequent an den Bedürfnissen und der Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden. Daher holen wir an zahlreichen Stellen Rückmeldungen ein und stehen mit ihnen im Austausch, z. B. durch Umfragen und in Service-Gesprächen.

 Siehe „Kundenbelange und Produktverantwortung“, S. 28

Für neue Produkte erhalten wir durch Test-User und Testkäuferinnen und -käufer wertvolles Feedback.

- **Investorinnen und Investoren:** Eine wichtige Stakeholder-Gruppe für 1&1 sind unsere Investorinnen und Investoren. Mit ihnen stehen unsere „Investor Relations“-Abteilung und der Vorstand regelmäßig durch persönliche Gespräche und Roadshows im Austausch. Unsere Aktionäre und andere Interessenten werden über alle wichtigen Entwicklungen des Unternehmens gleichzeitig und gleichwertig informiert.
- **Mitarbeitende:** Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zu unserem Erfolg. Nur mit ihrem Wissen, ihren Fähigkeiten und ihrem Engagement können wir uns weiterentwickeln und langfristig erfolgreich sein. Da uns die Rückmeldung unserer Mitarbeitenden wichtig ist, führen wir regelmäßig Umfragen für Mitarbeitende durch, leiten daraus Maßnahmen ab und informieren über Fortschritte. Zudem tritt der Vorstand regelmäßig direkt mit den Mitarbeitenden in Kontakt, z. B. in internen Roadshows, die 2021 virtuell abgehalten wurden.
- **Geschäftspartner:** Unsere Geschäftstätigkeit erfordert die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Geschäftspartnern und Zulieferern. Hierzu zählen unter anderem Vorleistungspartner, Hardware-Lieferanten, Call-Center-Dienstleister und Versanddienstleister. Mit diesen Partnern führen wir unter anderem persönliche Gespräche und unterstützen z. B. Call-Center-Dienstleister bei Trainings von Mitarbeitenden.
- **Politik und Verbände:** Im Dialog mit politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern sowie Behörden möchten wir auf Rahmenbedingungen hinwirken, die eine erfolgreiche Digitalwirtschaft in Deutschland ermöglichen. Besonders wichtig ist uns die Gewährleistung des Wettbewerbs als Motor für Innovation, Investition und Verbrauchernutzen. Deshalb sind wir Mitglied in Verbänden wie dem VATM⁶ und Bitkom⁷. Darüber hinaus sind die Fachbereiche in relevanten Verbänden und Gremien aktiv.
- **Lokale Bevölkerung:** Wir sind offen für den Dialog mit Gemeinden und der Bevölkerung an unseren Standorten. Als Telekommunikations- und Internet-Unternehmen verursachen unsere Betriebsstandorte keine wesentlichen Auswirkungen. Vielmehr schaffen wir durch unsere Standorte wie in Maintal, Krefeld, Montabaur oder Zweibrücken Arbeitsplätze außerhalb deutscher Großstädte.



Siehe „Geschäftsbericht“ und die „1&1 Website“



Siehe „1&1 als Arbeitgeber“, S. 54



Siehe „1&1 als Geschäftspartner“, S. 91

GRI 102-13

⁶ Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.

⁷ Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.



Siehe „Über diesen Bericht“, S. 108

Darüber hinaus sind die Meinungen und Entscheidungen unserer Stakeholder ein wesentlicher Einflussfaktor sowohl für die Ausgestaltung des Nachhaltigkeitsmanagements als auch für die Bestimmung der Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts. Dafür haben wir eine separate Analyse ausgewählter Stakeholder vorgenommen.

EU-Taxonomie

Die EU-Taxonomie-Verordnung ist ein einheitliches und verbindliches Klassifizierungssystem für Wirtschaftstätigkeiten in Hinblick auf deren ökologische Nachhaltigkeit. Unternehmen sind verpflichtet, über die Ergebnisse dieser Klassifikation jährlich zu berichten. In Artikel 9 der EU-Taxonomie werden sechs Umweltziele genannt. Für die ersten beiden Umweltziele („Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“) liegen bereits konkrete Vorgaben (technische Kriterien) zur ökologischen Nachhaltigkeit vor (Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139). Auf diese wird im weiteren Verlauf Bezug genommen.

Ermittlung taxonomiefähiger Wirtschaftstätigkeiten

Für das Berichtsjahr 2021 ist zu ermitteln, ob eine Wirtschaftstätigkeit von 1&1 in den Anhängen der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139 beschrieben ist (Taxonomiefähigkeit). Die EU-Taxonomie bezieht sich sowohl auf Tätigkeiten, die das Leistungsangebot von 1&1 betreffen, wie etwa die Datenverarbeitung über Rechenzentren, als auch auf Investitionen und Betriebsausgaben, die keine unmittelbare Verbindung mit dem Leistungsangebot haben, beispielsweise im Zusammenhang mit Personenkraftwagen und Gebäuden.

Im ersten Jahr der Anwendung der EU-Taxonomie ist somit lediglich der Anteil an taxonomiefähigen und nicht taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten an Umsatz, Investitionsausgaben (CapEx) und Betriebsausgaben (OpEx) offenzulegen. Die EU-Taxonomie lässt in vielen Bereichen Interpretationsspielräume zu und führt aktuell zu unterschiedlichen Einschätzungen und Auslegungen bei der Ermittlung der Taxonomiefähigkeit. So stellt etwa der Ausbau des 5G-Mobilfunknetzes eine wichtige Geschäftstätigkeit der Tochtergesellschaft 1&1 Mobilfunk AG dar. Zum jetzigen Zeitpunkt besteht noch keine herrschende Ansicht darüber, ob diese Aktivität unter die Wirtschaftstätigkeit **8.2 „Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen“** fällt und wird dementsprechend von Unternehmen unterschiedlich eingeschätzt. 1&1 hat sich insgesamt in der Analyse für eine eng am Wortlaut liegende Auslegung entschieden und daher diese Aktivität vorerst als nicht taxonomiefähig betrachtet. Das dynamische Umfeld der EU-Taxonomie kann im Folgejahr jedoch zu abweichenden Einschätzungen führen.

1&1 hat sämtliche Aktivitäten des Unternehmens in Hinblick auf taxonomiefähige Tätigkeiten untersucht. Hierzu wurde eine Analyse der Taxonomiefähigkeit anhand der Beschreibung der Tätigkeiten der beiden Umweltziele „**Klimaschutz**“ (**Annex 1**) und „**Anpassung an den Klimawandel**“ (**Annex 2**) sowie der angebotenen Services durchgeführt. In einem weiteren Schritt wurden die Einschätzungen im Detail mit den einzelnen Fachbereichen abgestimmt. Folgende Wirtschaftstätigkeiten aus Annex 1 wurden sodann für das Berichtsjahr 2021 als taxonomiefähig identifiziert:

Im Leistungsangebot von 1&1 befindet sich in geringfügigem Ausmaß das Anbieten von Online-Storage. Dieser Teil des Leistungsangebots erfüllt die Beschreibung der **Tätigkeit 8.1 „Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten“** und wurde als taxonomiefähig klassifiziert.

Als taxonomiefähig wurden dabei nur jene Hosting- bzw. Datenspeicheraktivitäten betrachtet, die über eigene Rechenzentren erfolgen. Hosting- bzw. Datenspeicheraktivitäten, die auf fremden angemieteten Rechenzentren wie die der Schwestergesellschaft IONOS stattfinden, wurden demnach als nicht taxonomiefähig betrachtet. Da keine Zuordnung auf transaktioneller Ebene möglich war, die zeigt, welche Daten auf eigenen sowie angemieteten fremden Rechenzentren liegen und transferiert werden, wurde zur Ermittlung des Anteils taxonomiefähiger Umsätze ein Aufteilungsschlüssel angewendet. Die Aufteilung erfolgte dabei anhand des Verhältnisses des Stromverbrauchs eigener und fremder Rechenzentren, da der Stromverbrauch ein Indikator für das jeweilige Ausmaß der Datenverarbeitung ist.

Darüber hinaus wurden auch Querschnitts- bzw. Infrastrukturthemen identifiziert. So liegen im Konzern taxonomiefähige Tätigkeiten in Verbindung mit den Tätigkeiten **6.5 „Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“** und **7.7. „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“** vor.

Die Aktivitäten von 1&1 wurden ebenfalls darauf untersucht, ob sie im Zusammenhang mit dem Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ (Annex 2) stehen. Die Untersuchung hat ergeben, dass für das Geschäftsjahr 2021 bei 1&1 keine Tätigkeiten im Zusammenhang mit dem Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ bestehen.

Aufstellung taxonomiefähiger KPIs

Die gemäß den Vorgaben der EU-Taxonomie Verordnung berichteten Kennzahlen (Key Performance Indicators - KPIs) Umsatz, CapEx und OpEx basieren auf den Zahlen des Konzernabschluss-




Siehe: [Konzernabschluss 1&1 AG](#), S. 104

ses der 1&1 AG. Der Konzernabschluss der 1&1 AG wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und den nach §315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt.

Die ermittelten, mit einer taxonomiefähigen Aktivität verbundenen KPIs sowie die herangezogenen Gesamtbeträge wurden im Einzelnen mit der entsprechenden Grundgesamtheit auf Konzernebene abgestimmt, wodurch Doppelzählungen kontrolliert wurden und ausgeschlossen werden konnten.


Umsatz

Die Umsatzerlöse umfassen laut der EU-Taxonomie-VO die nach IAS 1.82 (a) berichteten Erträge. Die für die 1&1 AG angegebene Umsatz-KPI stellt das Verhältnis der Umsatzerlöse aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten zu den Gesamtumsatzerlösen dar. Die Gesamtumsatzerlöse können der Gewinn- und Verlustrechnung des Konzernabschlusses der 1&1 AG in der Tabelle zu „Konzern-Gesamtergebnisrechnung“ auf Seite 98 entnommen werden.


Siehe: [Konzernabschluss 1&1 AG](#), S. 98

CapEx

Basis der Investitionsausgaben sind die Zugänge an Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten während des betrachteten Geschäftsjahres vor Abschreibungen und etwaigen Neubewertungen für das betreffende Geschäftsjahr und ohne Änderungen des beizulegenden Zeitwerts. Außerdem umfasst sie auch Zugänge zu Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten, die aus Unternehmenszusammenschlüssen resultieren (Anwendung von IAS 16, 38, 40, 41, IFRS 16). Die für die EU-Taxonomie herangezogenen Gesamtinvestitionsausgaben werden im Konzernabschluss auf Seite 204 unter „Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen“ in der Tabelle unter „Zugänge – Summe total“ dargestellt.


Siehe: [Konzernabschluss 1&1 AG](#), S. 204

Die CapEx-KPI, die für 1&1 ermittelt wurde, stellt den Anteil der Investitionsausgaben dar, der mit einer taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeit verbunden ist oder sich auf den Erwerb von Produkten oder Leistungen aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten bezieht, durch die die Ziel-tätigkeiten kohlenstoffarm ausgeführt werden oder der Ausstoß von Treibhausgasen gesenkt wird. Anhand der vorhandenen Beschreibung der Zugänge erfolgte eine Zuordnung zu taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten.

OpEx

Die Basis für die Betriebsausgaben stellen gemäß Definition der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178 die direkten, nicht aktivierten Kosten für Forschung und Entwicklung (F&E), Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristige Leasingverhältnisse (Short-Term-Leasing), Wartung und

Instandhaltung sowie alle anderen direkten Ausgaben für die laufende Instandhaltung von Sachanlagen durch das Unternehmen oder durch Dritte dar, die notwendig sind, um die fortlaufende und wirksame Funktionsfähigkeit dieser Anlagen zu gewährleisten.

Die OpEx-KPI von 1&1 gibt den Anteil der Betriebsausgaben (im Sinne der EU-Taxonomie) an, der mit einer taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeit verbunden ist oder sich auf den Erwerb von Produkten oder Leistungen aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten bezieht. Zur Bestimmung des taxonomiefähigen Anteils wurden die entsprechenden Konten analysiert und den identifizierten Wirtschaftstätigkeiten gemäß EU-Taxonomie zugeordnet.

KPIs EU-Taxonomie - Taxonomiefähigkeit 1&1 Gruppe

		Umsatz		Investitionsausgaben		Betriebsausgaben	
		in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Gesamtwerte der 1&1 Gruppe		3.909,7	100,0%	67,5	100,0%	15,9	100,0%
davon taxonomiefähig	8.1 Datenverarbeitung und Hosting	0,02	0,0005%	0,7	1,1%	0,0	0,0%
	6.5. Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	0,0	0,0%	1,3	1,9%	0,6	3,8%
	7.7. Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	0,0	0,0%	29,1	43,1%	0,0	0,0%
	Summe	0,0	0,0%	31,1	46,0%	0,6	3,8%
davon nicht taxonomiefähig		3.909,6	100,0%	36,5	54,0%	15,3	96,2%

Der geringfügige Anteil der Umsätze aus der **Tätigkeit 8.1** beruht auf Leistungen im Zusammenhang mit Online-Storage. Die dazugehörigen taxonomiefähigen Investitionsausgaben stellen überwiegend Sachanlagen, insbesondere Investitionen in Server bzw. Rechenzentren dar. Da 1&1 auch teilweise Leistungen über fremde Rechenzentren bezieht, wie beispielsweise über die der Schwestergesellschaft IONOS, wurde auf den Umsatz, der in Verbindung mit 8.1 steht, der oben genannte Aufteilungsschlüssel angewendet, um nur den Anteil der Aktivitäten aus eigenen Rechenzentren auszuweisen.

Die Investitions- und Betriebsausgaben in Verbindung mit **Tätigkeit 6.5** sind im Wesentlichen auf Leasing- und Wartungsausgaben zurückzuführen.

Die Investitionsausgaben in Verbindung mit der **Tätigkeit 7.7** stellen großteils Leasing IFRS 16 Positionen dar.

Kundenbelange und Produktverantwortung

Managementansatz

Wesentlichkeit, Auswirkungen und Risiken

GRI 103-1

Als Internet- und Telekommunikationsunternehmen bewegen wir uns in einem äußerst dynamischen Marktumfeld. Der Erfolg des 1&1 Konzerns basiert auf seiner Kernkompetenz, Kundenwünsche, Trends und somit neue Märkte frühzeitig zu erkennen und konsequent zu erschließen. Dank unserer bestehenden Geschäftsbeziehungen zu Millionen Kundinnen und Kunden sowie Nutzerinnen und Nutzern haben wir unser Ohr nah am Markt. Zudem helfen uns die eigene Produktentwicklung, die hohe Flexibilität sowie die große Marketing- und Vertriebskraft dabei, unabhängig und oft schneller als andere mit Innovationen und verbesserten Produkten am Markt zu sein.

Wir stellen die Kundin und den Kunden in den Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns und möchten sie und ihn durch Leistung und Service begeistern.

Durch die langjährige Tätigkeit von 1&1 im Telekommunikationsmarkt hat sich das Unternehmen eine Vertrauensposition bei den Kundinnen und Kunden und Netzanbietern erarbeitet. Datenschutz, Informationssicherheit und eine ständig auf das Feedback und die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden reagierende Produktentwicklung sind Bausteine, die uns zu einem jederzeit verlässlichen Partner machen. Der hohe Kundennutzen wird durch einen guten Service, individuell gestaltete Tarife sowie durch hohe Netzverfügbarkeit und -stabilität bei einer permanenten Optimierung aller unternehmensinternen Prozesse erreicht. Die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden ist ein zentrales Differenzierungsmerkmal im Markt; entsprechend legen wir großen Wert auf eine kontinuierliche Bewertung und Steuerung der Kundenzufriedenheit, die – neben den Kundinnen und Kunden selbst – auch relevant für unsere Investorinnen und Investoren sowie unsere Mitarbeitenden ist.

Mögliche Risiken im Zusammenhang mit der Kundenzufriedenheit und dem Absatzmarkt sind eventuell erforderliche Anpassungen des Geschäftsmodells oder der Preispolitik (politische oder rechtliche Risiken). Zudem könnten Neuentwicklungen zu spät auf den Markt kommen oder seitens der Zielgruppe nicht wie erwartet angenommen werden. Auch der Markteintritt neuer Wettbewerber könnte Marktanteile, Wachstumsziele oder Margen gefährden (technologische,

Markt- oder Reputationsrisiken). Zudem steigt 1&1 im Rahmen der Diversifikation des Geschäftsmodells bzw. der Erweiterung der Wertschöpfungskette gelegentlich in vor- oder nachgelagerte Märkte ein. Ein Beispiel ist die Ersteigerung von Mobilfunkfrequenzen im Jahr 2019 und der Aufbau eines eigenen 5G-Mobilfunknetzes.

Ziele und Maßnahmen

Der Zweck des Managementansatzes besteht darin, die Kundinnen und Kunden stets in den Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns zu stellen und sie durch Leistung und Service zu begeistern. Dadurch möchten wir die Kundenzufriedenheit kontinuierlich und dauerhaft steigern. 1&1 hat den Anspruch, Kundinnen und Kunden eine transparente Leistung zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.

GRI 103-2

1&1 managt über 15,4 Mio. Kundenverträge. Da die Kundinnen und Kunden der verschiedenen Marken unterschiedliche Anforderungen haben, wird das Thema „Kundenzufriedenheit“, gemessen insbesondere durch den „Kundenstimmungswert“, markenspezifisch von dedizierten Teams durch spezifische Strukturen und Prozesse gesteuert. Um Feedback von den Kundinnen und Kunden zu erhalten, führen wir regelmäßig Kundenumfragen sowie Markt-, Produkt- und Wettbewerbsbeobachtung durch. Die Erkenntnisse fließen unmittelbar in die Verbesserung der Produkte und des Service-Angebots ein und tragen entscheidend dazu bei, dass die Dienstleistungen von 1&1 dem aktuellen und zukünftigen Kundenbedarf entsprechen. Hierzu gehören z. B. ein jederzeit möglicher Tarifwechsel, in vielen Fällen die gleiche Behandlung von Neu- und Bestandskundinnen und -kunden, ein aktives Beschwerdemanagement oder die problem- und kostenlose Rücknahme von Altgeräten zwecks Wiederverwertung. Kundenzufriedenheitsergebnisse fließen teilweise in die Leistungsbewertungen und in die variablen Gehaltsanteile unserer Führungskräfte ein, die zuständigen Vorstände sind regelmäßig und intensiv in das Thema eingebunden.

Darüber hinaus legen wir großen Wert auf den Kundenservice, der nicht nur im 1&1 Konzern selbst stark vertreten ist, sondern auch durch rund 3.400 externe Service-Agentinnen und -Agenten bei der Betreuung unserer Kundinnen und Kunden unterstützt wird. Diese externen Mitarbeitenden werden regelmäßig und umfangreich bei 1&1 geschult und sind über die Telefonleitungen von 1&1 erreichbar.



Über die Kundenzufriedenheit hinaus äußern sich Kundenbelange z. B. auch mit Blick auf das Thema Gesundheit im Zusammenhang mit Mobilfunkfrequenzen sowie Jugendschutz. Details dazu finden sich in diesem Kapitel im Abschnitt Produktverantwortung.

Ergebnisse und Beurteilung

GRI 103-3

Details zu unserer Messung und Steuerung der Kundenzufriedenheit und weiteren Kundenthemen lassen sich den folgenden Abschnitten entnehmen.

Beitrag zu den SDGs

 <p>9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</p>	Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen
 <p>12 VERANTWORTUNGSVOLLE KONSUM- UND PRODUKTIONSMUSTER</p>	Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit anhand des Kundenstimmungswerts managen

Die Anzahl der Kundenverträge des 1&1 Konzerns betrug zum Jahresende 2021 15,4 Mio. (2020 14,8 Mio.; 2019: 14,3 Mio.), davon entfielen 11,2 Mio. (2020: 10,5 Mio.; 2019: 10,0 Mio.) auf das Mobile-Internet-Geschäft und 4,2 Mio. (2020: 4,3 Mio.; 2019: 4,3 Mio.) auf Breitband-Anschlüsse. Das Thema „Kundenstimmung“ ist fest im Unternehmen verankert und ein wichtiger Bestandteil unserer täglichen Arbeit, sowohl für die Premium-Marke 1&1 als auch für die Discount-Marken von Drillisch Online.

Wir erheben und steuern die Kundenstimmung über den Kundenstimmungswert (KST). Zentral für die Steuerung der Kundenzufriedenheit sind die Einheit „Customer Experience“, die die Kundenbedürfnisse durch Kundenbefragungen und Beobachtung des Markt- und Wettbewerbsumfelds ermittelt und aktiv ins Unternehmen trägt (1&1), und die Bereiche Geschäftsprozessmanagement („BPM“) und Qualitätsmanagement („QM Development“) (Drillisch Online).

Dies sind für uns nicht nur Kennzahlen, sondern zentrale Werte, an denen wir unser tägliches Handeln ausrichten. Das zentrale Ziel ist es, die Kundenzufriedenheit zu steigern und begeisterte Kundenerlebnisse zu schaffen.

Messung der Kundenzufriedenheit

Für alle relevanten Kundenkontaktpunkte und „Customer Journeys“ entlang des sogenannten Kundenlebenszyklus messen wir kontinuierlich die Kundenstimmung. Meist geschieht dies ereignisbasiert, also unmittelbar nachdem die Kundin oder der Kunde die „Customer Journey“ (z. B. einen Tarifwechsel) durchlaufen hat oder anderweitig Kontakt mit dem Unternehmen (z. B. dem Kundenservice) hatte. In Summe gehen so monatlich ca. 87.788 Kunden-Feedbacks für 1&1 sowie ca. 21.300 Kunden-Feedbacks für die Drillisch Online Marken ein.



Customer Journey: Erlebnisse der Kunden beim Kontakt und Umgang mit dem Unternehmen

Neben den quantitativen Kundenbefragungen werden qualitative Tiefeninterviews durchgeführt. Ziel ist hierbei die Motive der Kundinnen und Kunden zu verstehen und in die optimale Produkt- und Servicegestaltung einfließen zu lassen. Die gesamten von Kundinnen und Kunden gewonnenen Erkenntnisse werden durch umfangreiche Datenanalysen validiert und quantifiziert.



Crowdsourcing: bezeichnet die Auslagerung von Teilaufgaben, die ursprünglich intern bewältigt wurden, an eine Gruppe freiwilliger Nutzerinnen und Nutzer, z. B. über das Internet

Die umfassenden Ergebnisse nutzen wir zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen und zur gezielten Entwicklung von Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Unsere Kundinnen und Kunden legen in allen Bereichen großen Wert auf guten Service. Dass wir diesen mit unserer Service-Hotline bieten, hat uns eine Studie von FOCUS-MONEY im Oktober 2021 bestätigt. Sie hat 1&1 die Auszeichnung „Fairste Kundenhotline“ verliehen und uns mit der Note „sehr gut“ ausgezeichnet. In den Bewertungsprozess flossen unterschiedliche Elemente des Verlaufs der Kontaktaufnahme ein. Angefangen bei der Suche nach der korrekten Service-Nummer über die Erreichbarkeit bis hin zur Bearbeitung des Anliegens der Kundin oder des Kunden.

Im „Kundenbarometer Mobilfunk“ des Fachmediums connect punktete 1&1 als die Marke, mit den höchsten Sympathiewerten und holte zudem unter den zehn untersuchten Anbietern den Gesamtsieg im connect Service App-Test. Vor allem die Kategorien „Funktionsvielfalt“ und „Sicherheit“ wurden aufgrund des vorbildlichen Schutzes vor Identitätsdiebstahl und Rechteeausweitung mit ‚überragend‘ bewertet.

Bei der Kundenbefragung „Top Service-Qualität 2021/2022“ des Online-Portals „Testbild“ im Geschäftsjahr 2021 belegen die beiden Drillisch-Marken smartmobil.de und winSIM die Plätze 1 und 2. Damit führen sie mit der Note „sehr gut“ die Kategorie „Mobilfunkanbieter“ an.

Steuerung und Entwicklung der Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit hört nicht an Bereichsgrenzen auf. Aus diesem Grund arbeiten wir in fachbereichsübergreifenden Teams gemeinsam daran, die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden zu steigern.

Für jede „Customer Journey“ bzw. jeden Kontaktpunkt gibt es klare Verantwortlichkeiten für die Entwicklung der Kundenstimmung. Maßnahmen zur Verbesserung des Kundenerlebnisses werden gemeinsam mit dem 1&1 Bereich „Customer Experience“ entwickelt und die Wirkung auf die Kundinnen und Kunden bewertet. Bei Drillisch Online fließen die Ideen und Vorschläge unserer Kundinnen und Kunden im Qualitätsmanagement und Projektmanagement in das Vorschlagswesen ein. Beide Bereiche arbeiten daran, die Kundenzufriedenheit zu steigern und die Kundinnen und Kunden noch intensiver mit ihrer persönlichen Servicewelt zu verbinden. Vorschläge werden nach entsprechender Prüfung eingeführt oder Anpassungen in IT-Projekten erfasst und umgesetzt.

Die Entwicklung der Kundenstimmung, der Status von Maßnahmen und neue Ansätze zur Steigerung werden bei der 1&1 AG in unterschiedlichen, regelmäßig stattfindenden Gremien bis auf Vorstandsebene besprochen.

Konsequente Kundenorientierung bei 1&1

Um eine hohe Kundenzufriedenheit sicherzustellen, orientieren wir uns konsequent an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden. Dies erreichen wir unter anderem dadurch, dass Ideen z. B. für neue Produkte, Kampagnen und Servicekonzepte vor Einführung durch qualitative und quantitative Marktforschungsstudien in Bezug auf die Kundenwirkung erprobt und bewertet werden. Im Jahr 2021 wurden 48 Ad-hoc-Marktforschungsstudien durchgeführt. Diese werden sowohl intern als auch extern abgewickelt. Marktstudien, bei denen wir neben unseren Kundinnen und Kunden auch „Nichtkundinnen“ und „Nichtkunden“ befragen, erfolgen mit Unterstützung eines externen Instituts. Außerdem gehen wir in quartalsweise stattfindenden Kundendialogen und Kundenfokusgruppen zu unterschiedlichen Themenstellungen in den aktiven Austausch. So stellen wir fachbereichsübergreifend sicher, dass wir nah an unseren Kundinnen und Kunden sind und deren Bedürfnisse noch besser verstehen.

Die **Kundenleitlinien** unterstützen unsere Mitarbeitenden dabei, kundenorientiertes Denken und Handeln in ihrer täglichen Arbeit zu leben und so dauerhaft im Unternehmen zu verankern:

- **„Wir erkennen und verstehen die Kundenbedürfnisse“**

Wir hören, sehen und verstehen unsere Kundinnen und Kunden und ihre Bedürfnisse. Wir begegnen ihnen dabei mit Empathie.

- **„Wir verwirklichen die Kundenbedürfnisse“**

Wir orientieren uns in unserer täglichen Arbeit an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden und entwickeln daraus passende Produkte, Leistungen und Services. Wir arbeiten gemeinsam als Team und Partner im Dienste unserer Kundinnen und Kunden, sind fair und transparent.

- **„Wir begeistern unsere Kundinnen und Kunden“**

Wir erzeugen Zufriedenheit, indem wir die Kundenbedürfnisse erfüllen, und schaffen Begeisterung, indem wir die Kundenerwartungen übertreffen. Dabei ist die Begeisterung der Antrieb für unsere tägliche Arbeit und ein wichtiger Pfeiler für unseren langfristigen Erfolg.

Darüber hinaus wurde 1&1 im Breitband- und Festnetztest der Zeitschrift connect im Jahr 2021 erneut mit der Note „sehr gut“ ausgezeichnet und hat sich im Vergleich zum Vorjahr noch einmal deutlich von 902 auf 912 von 1.000 möglichen Punkten verbessert.

Die 1&1 Service Card

Die 1&1 Service Card ist ein weiterer Treiber der Kundenzufriedenheit und ein Differenzierungsmerkmal im Markt. Unsere Kundinnen und Kunden erhalten diese zu jeder Bestellung dazu. Darauf sind alle Services aufgeführt, die eine Kundin oder ein Kunde bei 1&1 kostenfrei nutzen kann.

Zu diesen Services zählen beispielsweise die **1&1 Tauschprämie** und der **24h Austausch-Service**.

- Im Rahmen der 1&1 Tauschprämie hat die Kundin oder der Kunde die Möglichkeit, sein altes Smartphone, Tablet oder Laptop einzusenden und erhält im Gegenzug eine Prämie, die dem jeweiligen Zeitwert des Geräts entspricht. Die Altgeräte werden seitens 1&1 einem Wiederverwertungsprozess zugeführt.
- Egal, welches Missgeschick mit dem 1&1 Smartphone, Tablet oder Laptop auch passiert, mit dem 1&1 Austausch-Service können unsere Kundinnen und Kunden schon am nächsten Tag wieder entspannt telefonieren und surfen. Im Schadensfall stellen wir innerhalb von 24 Stunden kostenlos ein neues gleichwertiges Gerät zur Verfügung. Das defekte Gerät wird von uns einem Verwertungsprozess zugeführt und Geräteteile beispielsweise für Reparaturen verwendet.

Kontinuierliche Weiterentwicklung für mehr Kundenerlebnisse

Wir haben den Ansporn, unseren Kundinnen und Kunden immer das beste Erlebnis und beste Leistungen zu bieten. Deshalb entwickeln wir kontinuierlich neue Service-Produkte, die unseren Kundinnen und Kunden weiteren Mehrwert bieten. Dazu gehören:

- **Die 1&1 Priority Hotline**

1&1 ist rund um die Uhr persönlich für Sie da. Kein Sprachcomputer.

- **Das 1&1 WLAN-Versprechen**

Ein Anruf genügt und eine Expertin oder ein Experte von 1&1 hilft bei der WLAN-Installation aller Geräte.

- **Der 1&1 Austausch-Service**

Egal, welches Missgeschick passiert, der 1&1 Austausch-Service ersetzt nicht nur das beschädigte Smartphone, sondern auch das Tablet oder den Laptop innerhalb von 24 Stunden.

Die Kundin oder den Kunden zu begeistern, steht konzernweit an erster Stelle und wird von allen Konzerngesellschaften gleichermaßen gelebt: eine Kundin oder ein Kunde, ein Kontakt, eine Lösung. Neben der Premium-Marke von 1&1 sprechen wir über Drillisch Online eine preisbewusstere Zielgruppe an und bieten somit durch unser breites Markenportfolio jeder Kundin und jedem Kunden ein maßgeschneidertes Angebot, das sich an ihren Bedürfnissen orientiert. Dabei müssen Kundinnen und Kunden des Discount-Segments keinesfalls auf einen – im doppelten Sinn – „ausgezeichneten“ Kundenservice verzichten:

- **Preiswerter Online-Vertrieb:** Geprüft und sicher online einkaufen.

- **Günstiger Zugang zu den Netzen:** Auch ohne eigenes Netz immer die neuesten Technologien von Telefónica Deutschland nutzen.

- **Kundinnen und Kunden werben zahlt sich aus:** Bonus für die Anwerbung neuer Kundinnen und Kunden.

- **Kundenservice:** Täglich bis 22 Uhr und in der Servicewelt rund um die Uhr erreichbar.

Dass wir auf unseren täglichen Erfolg und unseren Kundenservice stolz sein können, zeigen wir nach außen und lassen wir uns auch von externen und unabhängigen Auditoren bestätigen – unsere Marken sind vom TÜV Saarland („TÜV Geprüftes Onlineportal“) geprüft und unser Kundenservice ist nach der Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001:2015 zertifiziert, das uns durch ein Audit im Geschäftsjahr 2021 bis in das Jahr 2024 verlängert wurde.



Siehe „Corporate Digital Responsibility“, S. 38

Im Jahr 2021 hat smartmobil.de sein Portfolio um ein Mobile-Produkt erweitert. Mit dem Handy von Shift wird das Portfolio an nachhaltigeren Geräten weiter ausgebaut. Es ergänzt damit das bereits verfügbare Fairphone. Außerdem wird die Option, ein Refurbished-Gerät zu erwerben, prominent auf der Website hervorgehoben.

Netzleistung

Die von 1&1 verwendeten Mobilfunknetze weisen eine sehr hohe technische Stabilität auf und decken im LTE-Standard bereits über 99 % der deutschen Bevölkerung ab.

Bei der individuellen Gestaltung ihrer genutzten Netzkapazität können sich Kundinnen und Kunden von 1&1 einer Vielzahl von innovativen und kreativen Tarifen bedienen – eine hohe Transparenz bleibt dabei gewährleistet. Innovation und Kreativität zeigen sich z. B. in den unterschiedlichen wählbaren Vertragslaufzeiten – ein Tag, ein Monat oder 24 Monate – und den unterschiedlichen Schwerpunkten hinsichtlich Telefonie, SMS und Datenübertragung.

Produktverantwortung

Verantwortung mit Blick auf die Gesundheit

Als Neueinsteiger und vierter Netzbetreiber in Deutschland baut 1&1 in den kommenden Jahren ein innovatives 5G-Mobilfunknetz auf. Dabei setzt das Unternehmen auf eine neuartige und effiziente Netzinfrastruktur – OpenRAN. Im Unterschied zu traditionellen Netzarchitekturen trennt der OpenRAN-Ansatz konsequent zwischen Software und Hardware. Die Netzintelligenz liegt daher nicht mehr vor Ort am Antennenstandort, sondern vollständig virtualisiert in einer privaten Cloud. Diese neuartige Netzinfrastruktur macht nicht nur unabhängiger von dominierenden Netzausrüstern aus China, sondern macht aufwendige Umrüstungen und Wartungen an den Basisstationen überflüssig.

GRI 416
GRI 416-1

Insbesondere im Hinblick auf unsere neue Rolle als Netzbetreiber haben wir das Wohl unserer Kundinnen und Kunden zu jeder Zeit vor Augen. Für den Aufbau des vierten deutschen Mobilfunknetzes arbeitet 1&1 mit Funkturbetreibern zusammen. Das bedeutet, 1&1 wird vornehmlich bereits bestehende Antennenstandorte nutzen – das schont Umwelt und Ressourcen und kommt optischen Ansprüchen entgegen. Wir verfolgen den Wissensstand zur Nutzung des Mobilfunks – insbesondere 5G – kontinuierlich und sehr genau. Die Wissenschaft beschäftigt sich seit Jahrzehnten mit der durch den Mobilfunk entstehenden elektromagnetischen Strahlung, so dass deren Wirkung auf den Menschen in zahlreichen Studien gut erforscht ist.

Das Bundesamt für Strahlenschutz bestätigt, dass es nach heutigem Stand keine gesicherten Erkenntnisse darüber gibt, dass der neue Mobilfunkstandard einen Einfluss auf unsere Gesundheit haben könnte. Denn grundsätzlich gilt für 5G, was auch für vorherige Mobilfunkstandards gilt: Unterhalb der geltenden Grenzwerte sind keine gesundheitlichen Auswirkungen nachgewiesen.

Im Rahmen der Dialoginitiative „Deutschland spricht über 5G“ geht auch die Bundesregierung verstärkt auf die Sorgen der Bürgerinnen und Bürger im Zusammenhang mit dem neuen Mobilfunkstandard ein. In Online-Gesprächsrunden, Chats und Artikeln soll verlässlich gleichermaßen über die Risiken und Herausforderungen sowie die Chancen von 5G aufgeklärt werden, um das Vertrauen und die Akzeptanz für die Zukunftstechnologie noch weiter zu steigern. So werden unter anderem auch Aspekte der Nachhaltigkeit beleuchtet – beispielsweise das Potenzial, durch den geringeren Stromverbrauch von 5G CO₂-Emissionen zu verringern.

1&1 wird die Forschung zur Nutzung des Mobilfunks weiterhin intensiv verfolgen und verantwortungsbewusst reagieren, sofern es erforderlich sein sollte.

Verantwortung für die Beachtung des Jugendschutzes

GRI 417-1

Als Unternehmen tragen wir nicht nur Verantwortung für die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden, sondern auch für jene Kundinnen und Kunden sowie weiteren Nutzerinnen und Nutzer unserer Leistungen, die den Umgang mit unseren Produkten und Services gegebenenfalls noch erlernen müssen. Vor diesem Hintergrund kommt dem Jugendschutz bei uns ein maßgeblicher Stellenwert zu.

Für Kinder und Jugendliche spielt das Internet im Alltag eine zentrale Rolle – ob zur Kommunikation, für Unterrichtsrecherchen oder zur Unterhaltung. Neben Streaming-Angeboten wird auch das klassische „Fernsehen“ heutzutage vielfach über das Internet konsumiert. Oft fehlt es Kindern und Jugendlichen jedoch an der erforderlichen Medienkompetenz, um mit ihnen unbekanntem Lebenssachverhalten oder nicht für sie geeigneten Inhalten umzugehen, und an Erfahrung, um Risiken einschätzen und sich selbst schützen zu können. Es bedarf je nach Entwicklungsstand daher geeigneter Maßnahmen und Aufklärung zu möglichen Gefahren und Risiken, um einen angemessenen Schutz zu gewährleisten und einen sorgenfreien Umgang mit dem Internet und den Medien zu ermöglichen. Wir sind uns bewusst, dass wir als Anbieter von Internet- und Telekommunikationsdienstleistungen diese Verantwortung mittragen.

1&1 achtet daher sowohl bei eigenen Produkten und Services als auch bei Partnerangeboten auf die Einhaltung der jugendschutzrechtlichen Vorgaben. Im Rahmen von Produktentwicklungen



Siehe Dialoginitiative
„Deutschland spricht
über 5G“



Siehe unsere [Richtlinie](#)
auf der [United Internet](#)
Media Website

und -einführungen finden interne Prüfungen und erforderlichenfalls entsprechende Anpassungen statt, damit Kinder und Jugendliche nicht mit ungeeigneten Inhalten konfrontiert werden. Darüber hinaus wird sowohl bei redaktionellen Inhalten als auch bei Werbung auf jugendschutzrechtliche Vorgaben geachtet und etwa über die Steuerung der Darstellungen und Sendezeiten die Balance zwischen einem umfassenden Informationsangebot und der Verantwortung gegenüber Kindern und Jugendlichen erreicht.

Als Ansprechperson für den Jugendschutz ist ein Jugendschutzbeauftragter bestellt, der intern die verschiedenen Fachbereiche und Funktionen berät, Ansprechpartner für Externe ist, den regelmäßigen Austausch mit anderen Jugendschutzbeauftragten führt und die Konzernunternehmen bei Verbänden sowie gegenüber Aufsichtsbehörden vertritt. Darüber hinaus ist für die 1&1 ein Jugendschutz-E-Mail-Postfach eingerichtet, das über das Impressum auf der Website erreicht werden kann. Externe können hierüber den Jugendschutzbeauftragten und das Jugendschutzteam jederzeit bei Fragen oder Beanstandungen kontaktieren.



Siehe [Impressum](#) auf der 1&1 Website

Corporate Digital Responsibility

Managementansatz

Wesentlichkeit, Auswirkungen und Risiken

GRI 103-1

Im Rahmen unserer über 15,4 Mio. Kundenverträge vertrauen uns die Kundinnen und Kunden ihre Daten an. Der Schutz und die Sicherheit dieser Daten sind Grundlage und Voraussetzung dafür, dass Kundinnen und Kunden unsere Dienste und Services in Anspruch nehmen. Daher gehört es zu unserem Selbstverständnis, ein hohes Maß an Sicherheit zu gewährleisten und die Daten unserer Kundinnen und Kunden konsequent vor unerlaubten Zugriffen zu schützen. Neben den Risiken, gegen die wir Kundendaten sowie unsere eigenen Daten und Informationen sichern, ergeben sich aus der zunehmenden Digitalisierung auch neue Möglichkeiten beispielsweise für die Produktentwicklung, die wir als Internet- und Telekommunikationsunternehmen nutzen möchten.

Es ist unser Anspruch, der Gesellschaft Zugang zur Digitalisierung zu ermöglichen und diesen sicher zu gestalten.

Die Digitalisierung transformiert die Wirtschaft ebenso wie die Gesellschaft. Auf politischer, zivilgesellschaftlicher, aber auch unternehmerischer Ebene entstehen aktuell unzählige Initiativen, Konferenzen, Studien und Chartas, die sich mit den Rahmenbedingungen befassen, unter denen der digitale Wandel voranschreiten soll. An zahlreichen Stellen wird hervorgehoben, dass der Zugang zur Digitalisierung allen Menschen offenstehen muss. Zudem sollen die digitalen Kompetenzen der Gesellschaft gefördert werden, damit sie selbstbestimmt und verantwortungsvoll mit den neuen Möglichkeiten umgehen kann. Auch im Hinblick auf die Achtung von Menschenrechten spielen das Internet und die Digitalisierung eine zentrale Rolle. Schließlich sind Themen wie Meinungs- und Informationsfreiheit, der Schutz der Privatsphäre und das Recht auf Teilhabe am kulturellen Leben mittlerweile untrennbar mit dem „digitalen Raum“ verknüpft.



Siehe „Klima- und Umweltschutz“, S. 75

In der Politik wird Digitalisierung oftmals als „Enabler“ („Ermöglicher“) für Nachhaltigkeit und das Erreichen der Klimaziele diskutiert, der einen zentralen Faktor bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen darstellen kann. Die Infrastruktur der Informations- und Kommunikationsbranche, insbesondere Rechenzentren und Mobilfunknetze, ist für diese nachhaltigkeitsorientierte Digitalisierung unabdingbar.

Als Internet- und Telekommunikationsunternehmen ist es für den 1&1 Konzern ein erheblicher Erfolgsfaktor, die Potenziale der Digitalisierung für sich und seine Kundinnen und Kunden in Form

von neuen Produkten und Prozessen auszuschöpfen. Diese Aufgabe stellt das Unternehmen vor neue Herausforderungen, die adressiert werden müssen – insbesondere im Hinblick auf Daten- und Informationssicherheit.

Ziele und Maßnahmen

Es ist unser Anspruch, der Gesellschaft Zugang zur Digitalisierung zu ermöglichen und diesen sicher zu gestalten. Der Datenschutz und die Informationssicherheit in unserem Konzern sind dabei von höchster Bedeutung und richten sich stets an den aktuellen Anforderungen und dem hohen Niveau des europäischen und deutschen Datenschutzes aus, denn dies ist die Grundlage unseres Unternehmenserfolgs.

GRI 103-2



Siehe „1&1 als Arbeitgeber“, S. 54

Die Verantwortung für diese Themen ist aufgrund ihrer Relevanz und Vielschichtigkeit auf verschiedene Vorstände verteilt und liegt in der Regel beim Finanzvorstand der 1&1 AG sowie dem Chief Information Officer (CIO) der Gesellschaften des 1&1 Konzerns.

Die zahlreichen Maßnahmen, Systeme und Ziele im Bereich „Corporate Digital Responsibility“ werden in den folgenden Abschnitten näher beschrieben.

Ergebnisse und Beurteilung

Eine Erfolgskontrolle erfolgt anhand vielfältiger, jeweils relevanter Kennzahlen für die unterschiedlichen Themenbereiche. Details finden sich in den folgenden Abschnitten.

GRI 103-3

Beitrag zu den SDGs



Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen

Datenschutz

Datenschutz ist Persönlichkeitsschutz

GRI 418

Seit dem Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) im Jahr 2018 ist Datenschutz noch stärker als zuvor in das Bewusstsein der Bevölkerung gerückt. Auch unsere Kundinnen und Kunden sind sensibilisiert für Gefahren wie Datenmissbrauch oder mangelnde Datensicherheit und berücksichtigen Datenschutzfaktoren bei ihrer Produktwahl.

Vertrauen in uns als Unternehmen und unsere Produkte sehen wir als Basis unserer Partnerschaft mit Kundinnen und Kunden und Mitarbeitenden an. Deshalb ist es unser Anspruch, diesen einen selbstbestimmten Umgang mit ihren Daten zu ermöglichen. Der Schutz personenbezogener Daten gehört zu unserem Selbstverständnis und ist gleichzeitig Grundvoraussetzung für unsere Geschäftstätigkeit, denn Datenschutz schafft dabei immer einen klaren Mehrwert. Bei unseren Produkten und Services setzen wir hierzu besonders auf Transparenz als Grundpfeiler unserer Datenschutzstrategie.

Unsere Schwerpunkte

Im Geschäftsjahr 2021 haben regelmäßige Tätigkeiten wie die Pflege des Verarbeitungsverzeichnisses und die Durchführung von Datenschutz-Folgeabschätzungen für Verfahren, die voraussichtlich ein hohes Risiko für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen zur Folge haben, einen großen Teil der täglichen Arbeit ausgemacht.

Bedingt durch das Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) in Sachen „Schrems II“ und den damit verbundenen Anforderungen an den Transfer von Daten in Drittländer, konzentrierte sich 2021 ein großer Arbeitsschwerpunkt auf außereuropäische Datentransfers und damit verbundene Fragestellungen. Der - auch deswegen - steigenden Nachfrage nach europäischen (Internet-) Lösungen sowie der zunehmenden Verantwortung für einen möglichst sicheren und nachhaltigen Umgang mit Kundendaten kommen wir jeden Tag aufs Neue nach. Auch die 2021 verabschiedeten neuen Standardvertragsklauseln (SCC) und die damit einhergehenden notwendigen Maßnahmen fanden Einzug in die Aufgaben und bildeten damit einen weiteren Schwerpunkt.

Zudem waren die Unternehmen des 1&1 Konzerns mit der Umsetzung und den Vorbereitungen für das im Dezember 2021 in Kraft getretene Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz (TTDSG) beschäftigt. Neben diversen Regelungen, die ganz speziell uns als Telekommunikationsunternehmen treffen, stellt das Gesetz klar, dass die Speicherung von Cookies grundsätzlich nur mit einer DSGVO-konformen Einwilligung möglich ist.

Nachdem in den Vorjahren ein großer Schwerpunkt auf die Etablierung und den Ausbau einer Datenschutzorganisation gelegt wurde, stand 2021 zudem vor allem die stetige Optimierung von Prozessen im Bereich des Datenschutzmanagements sowie im Kundenkontakt im Vordergrund.

Datenschutz bei 1&1 sicherstellen

Unser Ziel ist es, Datenschutz konzernweit sicherzustellen und in unseren Systemen und Prozessen zu verankern. Dies ist angesichts von über 15,4 Mio. Kundenverträgen für 1&1 von höchster Bedeutung. Daher wahren wir höchste Sicherheitsstandards und minimieren Risiken für unsere Kunden. Um den Einsatz neuester Technologien zu ermöglichen, die eine kontinuierliche Überprüfung der datenschutzrechtlichen und weiteren gesetzlichen Vorgaben voraussetzen, besteht ein umfangreiches datenschutzrechtliches Schulungsprogramm für Mitarbeitende. Zudem binden wir Datenschutzaspekte und -anforderungen möglichst frühzeitig in die Produkt- und Prozessentwicklung ein. Durch diese Maßnahmen investiert die Gesellschaft kontinuierlich in die Verbesserung des Datenschutzniveaus.

Signifikant trägt hierzu eine erweiterte Datenschutzorganisation bei, die bereits seit 2019 fest im Konzern verankert ist. 2021 konnten erneut weitere Datenschutzkoordinatorinnen und -koordinatoren zur Verstärkung der dezentralen Datenschutzorganisation gewonnen werden. Zusätzlich wurden für die zentrale Datenschutzabteilung (Legal Privacy), unter der Führung der Konzerndatenschutzbeauftragten, weitere Mitarbeitende eingestellt.

Die Konzerndatenschutzbeauftragte ist auch für die Tochtergesellschaften als Datenschutzbeauftragte bestellt. Sie agiert weisungsunabhängig und berichtet direkt an den Finanzvorstand der 1&1 AG.

Mit folgenden Instrumenten haben wir den Datenschutz im Unternehmen verankert:

- **Einbindung der Datenschutzexpertinnen und -experten in den Produktentwicklungsprozess**

Der Datenschutzbereich und die Datenschutzkoordinatorinnen und -koordinatoren beraten intern zu datenschutzrechtlichen Fragestellungen, die z. B. bei Produktdesign und Produktentwicklung (Privacy by Design) oder im Rahmen von Vertragsschlüssen auftreten. Sie unterstützen die Datenschutzabteilung dezentral im jeweiligen Vorstandsbereich und stellen das Bindeglied zwischen der Datenschutzabteilung und den Fachabteilungen dar. Dies ermöglicht zum einen die schnellere Informationsverteilung zu den Fachabteilungen. Zum anderen kann den beiden durch die DSGVO vorgegebenen Grundsätzen „Privacy by Design“ und „Privacy by Default“ nur durch eine direkte Platzierung von datenschutzrechtlich ausgebildeten Mitarbeitenden in den jeweiligen Abteilungen Rechnung getragen werden.

- **Umfangreiche und verständliche Regelwerke**

Mit internen Leitlinien, Richtlinien und Arbeitsanweisungen, die datenschutzrechtliche Anforderungen verständlicher und transparenter machen, fördern wir die Einhaltung aller datenschutzrechtlichen Vorschriften. Diese sind für alle Mitarbeitenden einfach zugänglich und auf die tägliche Arbeit abgestimmt.

- **Prävention durch regelmäßige Datenschutzzschulungen**

Unser Anspruch ist es, dass alle Mitarbeitenden dazu beitragen, dass Daten ausschließlich rechtmäßig verarbeitet werden und weder verloren gehen noch in unbefugte Hände geraten. Dafür schulen wir Mitarbeitende persönlich und in Form von E-Learnings über datenschutzrechtliche Vorgaben. Im Jahr 2021 haben wir ein neues Konzept für E-Learnings erstellt, welches stetig aktuell gehalten wird. Neben den grundlegenden Informationen soll dieses vermehrt spezifische und auf unterschiedliche Aufgabenbereiche abgestimmte Informationen enthalten. So soll auf die individuellen datenschutzrechtlichen Ansprüche verschiedener Bereiche eingegangen werden. Dies alles mit dem Ziel einer möglichst anschaulichen Informationsvermittlung und mittels vieler praktischer Anwendungsbeispiele sowie einer effektiven Lernkontrolle. Neben Basisschulungen für die Mitarbeitenden fanden Präsenzs Schulungen – z. B. für die Datenschutzkoordinatorinnen und -koordinatoren – statt sowie Veranstaltungen, die speziell auf die Verantwortlichkeiten unserer Führungskräfte im Bereich Datenschutz ausgerichtet sind.

- **Regelmäßiger Dialog mit den Aufsichtsbehörden**

Der Datenschutzbereich steht im regelmäßigen Kontakt mit den zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörden, um insbesondere Eingaben von Kundinnen und Kunden zu bearbeiten, die über Aufsichtsbehörden an uns weitergeleitet wurden. Auch Meldungen von Datenschutzverletzungen entsprechend DSGVO – im Jahr 2021 waren es 38 (2020: 33; 2019: 52) – geben wir an die zuständigen Aufsichtsbehörden weiter. Mit letzteren kommen unsere Mitarbeitenden des Datenschutzbereichs regelmäßig ins Gespräch, um aktuelle Datenschutzthemen zu erörtern und abzustimmen.

- **Wirksame Detektion durch Beschwerdemechanismen**

Datenschutzbezogene Kundenanfragen und Kundenbeschwerden werden von geschulten Mitarbeitenden in speziellen Datenschutzabteilungen in enger Abstimmung mit der Konzerndatenschutzbeauftragten und ihrem Team bearbeitet. Auf etwaige Vorfälle reagieren wir konzernintern gegebenenfalls mit der Anpassung von Richtlinien und Sensibilisierungsmaßnahmen für die Mitarbeitenden. Darüber hinaus haben Mitarbeitende die Möglichkeit, sich vertraulich an die Konzerndatenschutzbeauftragte, die Abteilung Legal Privacy oder die ernannten Datenschutzkoordinatorinnen und -koordinatoren zu wenden, um datenschutzrelevante Fragen zu erörtern, die sich ihnen im Rahmen ihrer Tätigkeit stellen.

GRI 418-1

- **Wirksamkeitsüberwachung durch Kontrollen**

Der Datenschutzbereich führt intern anlassbezogene Datenschutzkontrollen durch. Darüber hinaus ist er im Rahmen von Kontrollmaßnahmen in die Sicherstellung des Datenschutzes bei Dienstleistern involviert. Mitarbeitende aus dem Kreis der Datenschutzabteilung sowie der Datenschutzkoordinatorinnen und -koordinatoren konnten im Jahr 2020 zudem zur Datenschutz-Auditorin und Datenschutz-Auditor durch den TÜV NORD geschult werden, um Kontrollen fachkundig und strukturiert im Rahmen eines Auditkonzepts durchführen zu können. Ergänzend wurde im Jahr 2020 ein externes Datenschutz-Audit durch den TÜV Rheinland für die 1&1 Telecommunication SE bzw. die 1&1 Telecom GmbH mit positivem Ergebnis durchgeführt. Nachdem die Zertifizierung „s@fer-shopping“, ein Gütesiegel des TÜV SÜD, im letzten Jahr eingestellt wurde, wurde Drillisch im Jahr 2021 durch den TÜV Saarland auditiert und erhielt daraufhin das mit dem Programm des TÜV SÜD vergleichbare Siegel „TÜV Geprüftes Online-Portal“, bei dem ebenso unter anderem das Thema Datenschutz im Mittelpunkt stand.

- **Mehr Sicherheit durch die 1&1 Service-PIN und E-Mail-Verifizierung**

Kunden vertrauen uns ihre Daten zur weiteren Verarbeitung an. Um diese Daten auch zukünftig noch besser schützen zu können, haben wir unsere Sicherheitsstandards weiterentwickelt und nutzen seit Mitte Dezember 2019 bei der 1&1 Telecom GmbH die 1&1 Service-PIN für Anfragen im telefonischen Kundensupport. Diese besteht aus einer individuellen 5-stelligen Zahlenkombination, die durch unsere Kundinnen und Kunden selbstständig im 1&1 Control-Center eingesehen und geändert werden kann. Bei Anrufen fragen die Kundenberaterinnen und Kundenberater drei Stellen der Service-PIN ab. Die gesamte Zahlenkombination ist ihnen nicht bekannt. Analog dazu setzt die Drillisch Online GmbH ein ähnliches Verfahren ein und fragt im Kundenkontakt nach einem Hotline-Passwort.

Neu eingeführt wurde 2021 die E-Mail-Verifizierung für Neu- und Bestandskundinnen und -kunden. Bei falschen oder nicht mehr aktuellen E-Mail-Adressen kann es dazu kommen, dass falsche Personen kontaktiert und in dem Zusammenhang personenbezogene Daten übermittelt werden. Auch wenn im 1&1 Konzern keine besonders kritischen Daten verarbeitet und per E-Mail versendet werden, waren wir damit dennoch bestrebt, weitere Maßnahmen zur Sicherheit unserer Kundinnen und Kunden einzuführen. Die Verifizierung der E-Mail-Adresse erfolgt über einen zweiten Faktor, z.B. einen Code, der per SMS zugesendet wird und daraufhin auf einer Seite eingegeben werden muss, die die Kundin oder der Kunde per E-Mail erhalten hat.

- **Stärkung der Betroffenenrechte durch einfachen Zugang zur Datenauskunft**

Betroffene Personen haben gemäß Art. 15 DSGVO jederzeit die Möglichkeit eine Auskunft über ihre bei uns gespeicherten Daten zu erhalten. Die DSGVO sieht hier einen Zugriff über einen gesicherten Bereich im Web als optimale Lösung an. Dies wurde zum Anlass genommen, die Auskunft für Kundinnen und Kunden der 1&1 Telecom GmbH dahingehend zu erleichtern, dass diese den manuellen Prozess anstoßen können und die gewünschte Auskunft im 1&1 Control-

Center (Login-Bereich) bereitgestellt wird. So können Kundinnen und Kunden jederzeit selbst Einblick in die gespeicherten Daten nehmen und sind transparent informiert.

- **Kein Datentransfer in die USA auf Grundlage des Privacy-Shield-Abkommens**

Im Juli 2020 erklärte der EuGH das sogenannte „Privacy-Shield-Abkommen“ zwischen der EU und den USA für ungültig. Daten dürfen seitdem nicht mehr auf Grundlage des Privacy-Shields in die USA übermittelt werden. Wir haben unsere Datenverarbeitungen daraufhin analysiert und die Grundlagen der Datenübermittlung auf andere Garantien zur Einhaltung des Datenschutzrechts umgestellt. Wir achten in besonderem Maße auf die Sicherheit der Daten unserer Kundinnen und Kunden sowie Nutzerinnen und Nutzer – gerade bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen außerhalb der EU. Hierzu treffen wir zum einen eine besonders sorgfältige Auswahl, zum anderen natürlich entsprechende zusätzliche Vereinbarungen, schließen Standardvertragsklauseln ab und nutzen auch zusätzliche Sicherungsmechanismen.

- **Cookie-Layer**

Wie fast alle Webseiten und Apps verwenden auch die 1&1 Anwendungen kleine Textdateien (Cookies), die auf der Festplatte des Computers oder im App-Cache des mobilen Geräts abgelegt werden und eine Wiedererkennung ermöglichen. In Zusammenarbeit mit dem Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (LfDI) Rheinland-Pfalz haben wir die Cookie-Einstellungen auf der 1&1 Homepage und auf den Seiten der 1&1 Drillisch Online Marken überarbeitet. Besucherinnen und Besucher können durch ein gestuftes Einwilligungsverfahren selbst bestimmen, welche Informationen gespeichert werden sollen, um so die eigene Privatsphäre bestmöglich zu schützen. Nutzerinnen und Nutzer können dabei einzelne Cookies an- und abwählen und eine differenzierte Auswahl treffen. Im Zuge der Umsetzung zum TTDSG ist der Cookie-Layer 2021 erneut angepasst worden und setzt nun auf eine vollständige Einwilligungslösung sowie gleichwertige Buttons für das Ablehnen und Bestätigen.

- **Nutzung und Schutz von Kundendaten**

Einen Zugriff auf Kundendaten haben Mitarbeitende ausschließlich im Rahmen ihrer Funktion, das heißt immer nur in der Art und in dem Umfang, wie dies zur Kundenbetreuung erforderlich und zur Erbringung der vertraglich vereinbarten Leistung nötig ist. Deshalb sind zum Schutz der (Kunden-) Daten im 1&1 Konzern verschiedenste technische und organisatorische Maßnahmen eingerichtet worden, die sicherstellen, dass keine unbefugten Mitarbeitenden Zugriff auf Kundendaten haben (beispielsweise Daten zur Implementierung einer Service-PIN für den telefonischen Kundenkontakt oder die Verifizierung von E-Mail-Adressen). Eine Überprüfung dieser Maßnahmen findet in regelmäßigen Abständen statt.

1&1 nutzt Kundendaten für Werbezwecke nur im gesetzlich vorgegebenen Rahmen und verkauft keine Kundendaten an Dritte. Dies wird sowohl durch technische als auch durch organisatorische

Maßnahmen sichergestellt, etwa die Blockierung von Uploads, Verfahrens- und Arbeitsanweisungen für Mitarbeitende sowie regelmäßige Prüfungen bei Dienstleistern.

Die Auswertung von Kundendaten zur Verbesserung des Leistungsangebots erfolgt bei 1&1 auf aggregierter, anonymisierter Basis. Die Telefonie-Verbindungsdaten von Kundinnen und Kunden werden entsprechend der gesetzlichen Vorgaben unter anderem für die Rechnungserstellung nur kurzzeitig gespeichert.

Wichtig für 1&1 ist zudem die kontinuierliche Sicherheit der Leistungsmessung und der korrekten Abrechnung gegenüber dem Kunden, die auch Bestandteil der jährlichen Prüfung zur Einhaltung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) ist. 1&1 hat gegen den Missbrauch von Kundenkonten Vorkehrungen getroffen, z. B. beim Herunterladen von Daten im Ausland. So melden die Sicherheitssysteme von 1&1, wenn im Ausland größere Datenvolumina ohne Ankündigung heruntergeladen werden.

Informationssicherheit

Sicherheit im Netz ausbauen

Informationssicherheit ist für 1&1 zentraler Bestandteil, um in der digitalen Welt verantwortungsvoll zu handeln. Das Vertrauen der Kundinnen und Kunden in unsere Informationssicherheitsmaßnahmen ist die Grundlage dafür, dass sie uns ihre persönlichen Daten anvertrauen, von Fotos, Dokumenten und E-Mails bis hin zu Verkehrs- und Zahlungsdaten.

Dabei umfassen die zu schützenden Informationen nicht nur elektronische Daten von Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitenden, sondern auch Informationen zu unternehmenseigenen Prozessen, Systemen und Produkten. Unser Anspruch ist es, diese Werte effektiv vor unerlaubten Zugriffen und Missbrauch zu schützen, indem wir Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Integrität als unsere Schutzziele sicherstellen. Unsere Sicherheitsstrategie zielt darauf ab, diese Schutzziele konzernweit auf einem angemessenen und einheitlichen Niveau aufzubauen und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Von besonderer Bedeutung sind dabei die Etablierung und der Ausbau unserer effizienten und skalierenden Sicherheitsorganisation.

Um diesem Anspruch nachzukommen, erfolgte eine Integration von 1&1 in das Informationssicherheits-Managementsystem (ISMS) des Mutterkonzerns. Hierdurch wird ein kontinuierlich hohes Sicherheitsniveau, sowie ein stetiger Optimierungs- und Verbesserungsprozess sichergestellt.

1&1 verfügt über zahlreiche Schutzvorrichtungen, um die Daten der Kundinnen und Kunden und des Unternehmens zu schützen, z. B. vor Hacker-Angriffen. Um diesen Schutz heute und auch in Zukunft sicherzustellen, hält 1&1 seine informationstechnischen Systeme, Komponenten und Prozesse stets auf dem neuesten Stand der Technik. Dafür arbeitet das Unternehmen kontinuierlich an technologischen Verbesserungen, etwa der Angriffserkennung und -vermeidung, sowie an organisatorischen Maßnahmen. Zu den Sicherheitsvorkehrungen gehört dabei auch, dass sich die Server von 1&1 ausschließlich in Deutschland befinden, sie als redundantes System organisiert sind und sich durch umfangreiche Speicher- und Sicherungsfunktionen auszeichnen.



Penetrationstest: Sicherheitsprüfung bzw. gezielter Angriff der eigenen Infrastruktur zur Ermittlung und anschließenden Behebung von Schwachstellen/ Sicherheitslücken. Auf Grund der hierbei verwendeten „Angriffstechnologien“ auch Penetrationstest bzw. Pentest genannt.

1&1 wird regelmäßig von externen Institutionen und unabhängigen Sicherheitsdienstleistern geprüft. In der Vergangenheit erfolgten Vor-Ort-Prüfungen durch die Datenschutzbehörde und die Bundesnetzagentur. Letztere überprüft regelmäßig die Umsetzung des für die Erbringung öffentlich zugänglicher Telekommunikationsdienste zwingenden Sicherheitskonzepts. Insbesondere die Aspekte IT-Sicherheit und Datenschutz werden im Rahmen der Gefahrenanalyse sowie der Darstellung der technischen Vorkehrungen und sonstigen Schutzmaßnahmen geprüft. Darüber hinaus beauftragt 1&1 selbst wechselnde externe Unternehmen mit der Durchführung von Penetrationstests, um die Sicherheit der 1&1 Umgebung zu gewährleisten. Im Jahr 2021 erfolgte ein Penetrationstest der internen Infrastruktur sowie zwei Penetrationstests der externen Perimeternetze bzw. der extern bereitgestellten Dienste/Services. Jeder Penetrationstest erfolgte durch ein separates unabhängiges externes Dienstleistungsunternehmen. Darüber hinaus fand eine Prüfung des Sicherheitskonzeptes gemäß TKG §109 durch die Bundesnetzagentur statt.

Steuerung mit dem Informationssicherheits-Managementsystem

Das oberste Ziel der Informationssicherheit ist – neben dem Schutz der Kundendaten – die Geschäftstätigkeit von 1&1 aufrechtzuerhalten und geschäftsschädigende Einflüsse zu reduzieren.

Organisiert wird das ISMS im Auftrag der 1&1 Gruppe in der zum Konzernverbund der United Internet AG gehörenden Schwestergesellschaft IONOS SE in der Abteilung „Information Security“ mit den beiden Teams „Organisational Security (and Service Management)“ und „Technical Security“. Das Team „Organisational Security (and Service Management)“ umfasst unter anderem das Informationssicherheits-Richtlinienmanagement, Sicherheitshinweise, Mitarbeiterschulungen, die Behördenkommunikation und das Sicherheits-Risikomanagement. Das Team „Technical Security“ umfasst beratende Aufgaben in Bezug auf Sicherheitsarchitekturen sowie System- und Netzsicherheit. Innerhalb der 1&1 Gruppe obliegen diese Aufgaben und somit die Organisation und Umsetzung der mit dem ISMS einhergehenden Richtlinien der IQ-optimize Software AG (100%ige Tochtergesellschaft der 1&1 AG). Es werden Mitarbeitende in sicherer Entwicklung und sicherem Betrieb geschult, Sicherheitstests durchgeführt und eventuelle Sicherheitsvorfälle ge-

meinsam mit Fachbereichen behandelt. Die Bereiche „IT-Sicherheit“, „Qualitätsmanagement/Qualitätssicherung“ und „Operations“ von IQ-optimize stehen hierzu in engem Austausch mit den Bereichen „Organisational Security (and Service Management)“ und „Technical Security“ der IONOS. Das ISMS des gesamten United Internet Konzerns wird jährlich nach ISO 27001 zertifiziert.

Zwischen dem Informationssicherheitsbeauftragten von 1&1 und dem Vorstand der IQ-optimize Software AG erfolgt ein kontinuierlicher Austausch zu Themen der Informationssicherheit. Hierbei werden Themen rund um aktuelle Sicherheitstrends, aufgetretene Sicherheitsvorfälle und ergriffene Maßnahmen, Ergebnisse von Sicherheitsprüfungen, das Informationssicherheits-Risikoportfolio sowie den Projektstatus sicherheitsrelevanter Projekte behandelt.

Aus dem Ressort Information Security der im Unternehmensverbund beheimateten IONOS Gruppe erfolgen regelmäßige Berichterstattungen zu konzernweit relevanten Sicherheitstrends, relevanten Sicherheitsvorfällen und ergriffenen Maßnahmen sowie zur strategischen Ausrichtung in Form einer mit allen Bereichen abgestimmten Roadmap. Ebenso wird durch das Ressort Information Security ein monatlicher, sich über alle Unternehmensteile erstreckender Austausch zu sicherheitsrelevanten Themen sowie zum IT-Riskmanagement koordiniert.

Im Rahmen eines zyklischen Termins erfolgt ein gesellschaftsübergreifender Austausch zu aktuellen Sicherheitsthemen und Entwicklungen im United Internet Gesamtkonzern, an welchem die IT-Sicherheitsverantwortlichen aus allen Bereichen des Konzerns teilnehmen. Die IQ-optimize Software AG agiert innerhalb der 1&1 als IT- Gesamtdienstleister. In dieser Funktion wird von der IQ-optimize ebenfalls der Sicherheitsbeauftragte für die 1&1 sowie deren Tochtergesellschaften gestellt. Die Dienstleistungen der IQ-optimize umfassen ebenfalls das gesamte Portfolio der technischen und organisatorischen Informationssicherheit.

Maßnahmen zum Schutz von Informationen

Sicherheitslücken können sowohl für die Werte von 1&1 als auch für Kundinnen und Kunden weitreichende Folgen haben. Um diese Lücken zu vermeiden, bestehen bei 1&1 folgende technische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen.

GRI 417
GRI 417-1

Technische Maßnahmen

- **Sichere Softwareentwicklung**

Die beste Maßnahme ist diejenige, die eine Sicherheitslücke gar nicht erst entstehen lässt. Der Secure-Software-Development-Lifecycle (SSDLC) berücksichtigt von Beginn an methodisch die Sicherheit, z. B. in der Softwareentwicklung. Im Allgemeinen sind verschiedene Maßnahmen, von Bedrohungsanalysen und Quellcode-Reviews im Vier-Augen-Prinzip über automatisierte Checks sowie Wikis mit Development-/Security-Best-Practices bis Anwendungstests („Application Penetration Tests“), integraler Bestandteil der Produktentwicklung.

- **Schutz gegen DDoS**

„Distributed Denial of Service“-Angriffe (DDoS) sind verteilte und konzentrierte Angriffe aus dem Internet, die die Verfügbarkeit unserer Dienste reduzieren sollen. Um gegen diese vorzugehen, setzen wir auf die Kombination aus kontinuierlicher, verteilter Überwachung durch extern bereitgestellte Services und enger Zusammenarbeit mit dem „Internet Service Provider“ (ISP), über welchen unsere Dienste bereitgestellt werden. Laufende Angriffe können unter Berücksichtigung der mit dem ISP vereinbarten „Service Level Agreements“ (SLAs) semi-manuell aus dem Datenstrom gefiltert werden, sodass nur legitime Kundenanfragen vom ISP an die Infrastruktur der 1&1 weitergeleitet werden.

- **Konsequenter Einsatz von Verschlüsselung – Transport Layer Security (TLS)**

Bekannt unter der Vorläuferbezeichnung SSL („Secure Socket Layer“), setzen wir „Transport Layer Security“ (TLS) für die verschlüsselte Übertragung unserer Kundendaten ein. Die TLS-Absicherung stellen wir auch unseren Kundinnen und Kunden zur Verfügung, um ihren Datenverkehr zu schützen, etwa beim Eingeben von Passwörtern oder Zahlungsinformationen, z. B. in Online-Shops. Auch rechenzentrumsübergreifende MPLS (Multiprotocol Label Switching)-Strecken werden, konform mit einer Empfehlung des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), mit einer Verschlüsselung via VPN-Verbindung vor unberechtigten Zugriffen oder Manipulationen geschützt.

- **Redundanz**

Geschäftsprozessrelevante Systeme werden als hochverfügbare Cluster betrieben. Die Internet-WLAN-Anbindungen der jeweiligen Standorte sind ebenfalls redundant über verschiedene ISP-Anbindungen ausgelegt, um die Verfügbarkeit zu gewährleisten. Dies gilt auch für weitere Infrastruktur-Komponenten. Darüber hinaus werden die von der United Internet Konzerntochter IO-NOS betriebenen Rechenzentren georedundant betrieben. Das bedeutet, dass sämtliche Kundendaten parallel in mindestens zwei räumlich getrennten Rechenzentren gespeichert werden.



Wiki: Website, deren Inhalte von den Besuchern nicht nur gelesen, sondern auch direkt im Webbrowser bearbeitet und geändert werden können

Organisatorische Maßnahmen

• Schulungen von Mitarbeitenden

Neben den technischen Maßnahmen ist der Mensch ein wichtiger und allgegenwärtiger Teil der Sicherheitskette. Basis-Trainings und Auffrischkurse informieren Mitarbeitende in Form von Präsenzterminen oder E-Learnings. Das E-Learning wurde im Jahr 2020 im Rahmen der Umsetzung der ISMS-Richtlinien für Key-User diverser Bereiche angewandt. 2021 wurde dieses E-Learning „zur Grundlagen-Vermittlung der Informationssicherheit“ konzernweit bei 1&1 in eine für alle Mitarbeitende verpflichtende Maßnahme umgewandelt, die alle zwei Jahre aufgefrischt werden muss. Des Weiteren erfolgte im vierten Quartal 2021 eine Kampagne zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden in Bezug auf das Thema Phishing via E-Mail. Diese Kampagne wurde erfolgreich mit 100 Mitarbeitenden abgeschlossen und wird im Jahr 2022 auf weitere Unternehmensbereiche ausgeweitet. Nur durch sensibilisierte Mitarbeitende können bestimmte Risiken effektiv adressiert werden, die z. B. durch „Phishing“ oder „Social Engineering“ entstehen. Entwicklerinnen und Entwickler sowie Administratorinnen und Administratoren erhalten speziell auf ihren Bedarf abgestimmte technische Präsenz-Trainings. Führungskräfte werden im Zusammenhang mit Datenschutz und Compliance spezifisch geschult.

• Spielregeln der Informationssicherheit

Mit einem an ISO 27001 angelehnten umfassenden Regelwerk möchten wir Orientierung für Mitarbeitende in jedem Bereich schaffen. Als formale Grundlage dienen die verpflichtenden Informationssicherheitsrichtlinien. Um dieses Regelwerk zielgruppengerecht aufzubereiten und Mitarbeitenden den Zugang zu erleichtern, werden unterschiedliche Kommunikationskanäle genutzt. Neben den bereits erwähnten Schulungsangeboten gibt es im Intranet Hinweise und Erläuterungen zu Regeln für die wichtigsten Mitarbeiter-Rollen. Hierzu gehört auch die interne Broschüre „Informationssicherheit und Datenschutz“, die anschaulich die wichtigsten Verhaltensregeln im Umgang mit Informationen und Daten erläutert. Darin sowie in unserem Intranet sind auch Anlaufstellen benannt, denen Mitarbeitende mögliche Sicherheitsvorfälle oder einen entsprechenden Verdacht unverzüglich zu melden haben. Das umfasst Ereignisse, die gegen die bestehenden Regelungen verstoßen oder eine sonstige Bedrohung für das Unternehmen darstellen können.

• Security Audits

Um die Wirksamkeit des ISMS sicherzustellen, führt der Bereich „Informationssicherheit“ der 1&1 Produkt-, Prozess- und Systemaudits durch. Diese Audits werden durch Prüfungen innerhalb der Fachbereiche sowie durch externe Prüfungen ergänzt. Ein vermehrt genutztes Instrument sind Reifegradmodelle. Insbesondere in den technischen Fachbereichen mit Verantwortung für Kundendaten, aber auch vor der Einbindung externer Dienstleister im Rahmen der Auftragsverarbeitung, wird ein von der Informationssicherheit entwickeltes Sicherheitsreifegradmodell ver-



Phishing: „Angeln nach Passwörtern“ über betrügerische E-Mails oder Internetseiten

Social Engineering: Vortäuschen z. B. einer Bekanntschaft oder eines vermeintlichen Auftrags des Vorgesetzten, um Zugang zu vertraulichen Informationen oder IT-Systemen zu erhalten

wendet. Die Fachbereiche profitieren von einer klaren Positionsbestimmung in ihrer Entwicklung. Das Modell stellt zudem ein Instrument zur eigenverantwortlichen, gezielten und vergleichbaren Weiterentwicklung dar, ergänzend zu den Audits. Reifegradmodelle bieten eine effiziente Möglichkeit, aufwändigere, doch dafür tiefergehende Audits zielgerichteter zu steuern. Sie ermöglichen es, Audits in der Planung dort zu platzieren, wo sie eine Reifegradentwicklung am effektivsten unterstützen. Bisher findet bei 1&1 jährlich ein generelles übergreifendes „Maturity Assessment“ statt.

- **Kontinuierliches Monitoring**

Um die etwaige Gefährdung von Daten schnellstmöglich zu erkennen, betreiben wir kontinuierliches Monitoring von verschiedenen IT-Systemen. Ein intern angepasstes und weiterentwickeltes „Security Incident and Event Management System“ (SIEM) unterstützt in weiten Teilen der 1&1 Gruppe neben dem lokalen Monitoring die Erfassung von Vorfällen. So können angemessene Reaktionen angestoßen werden. Um uns kontinuierlich zu verbessern, messen wir unsere Erkennungszeiten, um sicherheitsrelevante Vorfälle (z. B. Angriffe) von nicht-sicherheitsrelevanten Vorfällen (z. B. unterbrochene Stromkreisläufe) zu unterscheiden. Ebenso erfassen wir unsere Reaktionszeiten, die von der Meldung bis zur Behebung eines Problems vergehen. Für bestimmte sicherheitsrelevante Schutzziele, z. B. „Verfügbarkeit“, haben wir zudem interne Zielgrößen definiert. SIEM ist derzeit noch nicht vollumfänglich bei 1&1 im Einsatz. Der Einsatz von SIEM umfasst derzeit die Überwachung von externen Angriffen ausgesetzten Infrastrukturen (Webshops, Servicewelten, Online-Vertriebspartner-Schnittstellen etc.). Diverse Monitorpunkte sorgen hier für eine automatische und manuell im Vier-Augen-Prinzip kontrollierte Erkennung aktueller Angriffe.

- **Umgang mit Sicherheitsvorfällen**

Es besteht ein standardisierter Prozess für den Umgang mit Sicherheitsvorfällen. Nach Erkennung erfolgt die Entstörung und eine Meldekette entsprechend zentral dokumentierter Prozesse. Dabei wird bei Bedarf das Sicherheitsteam oder eine externe Beratung hinzugezogen.

- **Informationssicherheit während der COVID-19-Pandemie**

Durch die COVID-19-Pandemie wurden bereits bestehende Möglichkeiten für das mobile Arbeiten auf zahlreiche Bereiche und Mitarbeitende ausgeweitet. Aufgrund bereits bestehender Technologien und Richtlinien in Bezug auf das mobile Arbeiten wurde die Informationssicherheit nicht signifikant beeinträchtigt. Mit Ergänzungen der technischen Sicherheitslösungen sowie organisatorischen Maßnahmen erfolgte eine Anpassung und Optimierung der Informationssicherheit im Rahmen der doch teilweise neuen Situation zu Beginn der Pandemie im Jahr 2020. Viele Mitarbeitende waren bereits in der Lage, über vom Unternehmen bereitgestellte und verwaltete Infrastruktur von Zuhause aus über ein VPN oder die Citrix Workspace App zu arbeiten oder nutzten bereits etablierte cloudbasierte Kollaborationstools im Internet. Die Sicherheitsorganisation unterstützte auch in dieser agilen Situation die sichere Aufrechterhaltung verbleibender IT-Komponenten. Zum Beispiel konnten über flexible Schnittstellenintegrationen nur im Intranet erreichbare betriebsrelevante Systeme sicher im Internet für mobil arbeitendes Fachpersonal verfügbar gemacht werden. Ebenso konnte durch das flexible Modell der VoIP Telefonanlage und ACD eine sichere Einbindung von Homeoffices in global für Kunden erreichbare Hotlines realisiert werden. Das Sicherheitskonzept stützt sich unter anderem auf das mit Multifaktorauthentifizierung arbeitende „Corporate Identity Management“ und den DDoS-Proxyschutz.



VoIP Telefonanlage (voice-over-IP-Telefonanlage): benötigt keinen herkömmlichen Telefonanschluss mehr, sondern wickelt die Gespräche über eine Internet-Verbindung ab

ACD (Automatic Call Distribution): verteilt die über die Telefonanlage eingehenden Anrufe von Kundinnen und Kunden („Inbound-Telefonie“) eines Unternehmens auf die einzelnen Mitarbeitenden im Kundenservice

Sicherheit im Online-Handel

Im Online-Handel ist das Vertrauen der Kundinnen und Kunden ein entscheidender Faktor. Neben Bedenken bezüglich der Sicherheit ihrer persönlichen Daten stellen sich Verbraucherinnen und Verbraucher auch Fragen zur Zuverlässigkeit von Online-Transaktionen, zur Lieferfähigkeit und zu Online-Serviceleistungen. Wir ergreifen daher die nötigen Maßnahmen, um Bedenken auszuräumen und Verbrauchervertrauen aufzubauen.

GRI 417-1

Überprüfungen werden beim Thema IT-Sicherheit ein jährlich stärker werdender Schwerpunkt. Zu diesem Zweck prüft unter anderem die renommierte Sachverständigenorganisation TÜV Saarland regelmäßig die Online-Shops der Drillisch Online Kernmarken (maXXim, smartmobil.de, simplytel, PremiumSIM, winSIM, yourfone, Galaxy EXPERTE, handyvertrag.de, free-prepaid). Mit dieser jährlichen Zertifizierung und Überprüfung begegnen wir den Wünschen unserer Kundinnen und Kunden, denen Sicherheit und Qualität ebenso wichtig sind wie der Preis unserer Produkte und Dienstleistungen. Für uns als Online-Händler bedeutet die Zertifizierung mit dem anerkannten TÜV-Prüfsiegel eine Chance, die Kaufabbrüche zu senken, was den Umsatz im Online-Shop positiv beeinflusst. Die Anforderungen des Gütesiegels umfassen unter anderem Aspekte der Daten- und Systemsicherheit, des Datenschutzes sowie der Online-Inhalte und Prozesse. Das mehrstufige und umfassende Prüfverfahren zum Erhalt des TÜV-Prüfsiegels besteht unter anderem aus einem Audit vor Ort. Darin wird nicht nur die Bestellabwicklung auf Zuverlässigkeit untersucht, sondern es wird auch überprüft, wie der Kundenservice die Anfragen

unserer Kundinnen und Kunden bearbeitet, ob ihre persönlichen Daten geschützt sind und ob die Zahlungsabwicklung sicher ist.

Nach erfolgreicher Zertifizierung dürfen wir das TÜV-Gütesiegel „TÜV Geprüftes Onlineportal“ in den Online-Shops von Drillisch Online verwenden. Damit signalisieren wir, dass wir uns verpflichtet haben, den Kundinnen und Kunden ein sicheres und zufriedenstellendes Online-Einkaufserlebnis zu bieten, und dass wir die Einhaltung dieser Verpflichtung gründlich und systematisch bewerten lassen. Zudem hilft uns die Zertifizierung bei der Umsetzung der technischen und organisatorischen Sicherheitsanforderungen der DSGVO.

Zugang zur Digitalisierung und ihre Gestaltung

Das Geschäftsmodell des 1&1 Konzerns baut auf dem Zugang zu Kommunikation, Information und Entertainment auf. Mit den im Sommer 2019 durch die damalige Drillisch Netz AG – heute 1&1 Mobilfunk GmbH – ersteigerten Frequenzen sind wir in der Lage, den nächsten Schritt zu gehen und eine eigene leistungsfähige 5G-Infrastruktur aufzubauen.



Siehe „Kundenbelange und Produktverantwortung“, S. 28

Im Hinblick auf die neue Rolle von 1&1 als vierter deutscher Mobilfunknetzbetreiber kommt dem Unternehmen hier eine besondere Verantwortung zu. Als Neueinsteiger setzt 1&1 auf modernste Technik und baut das europaweit erste vollständig virtualisierte Mobilfunknetz auf Basis der neuen OpenRAN-Technologie. Diese innovative cloud-native Netzarchitektur ermöglicht Echtzeitgeschwindigkeiten und sichert die Unabhängigkeit von dominierenden Netzausrüstern. Als Partner für die aktive Netzinfrastruktur setzt 1&1 auf den OpenRAN-Pionier Rakuten. Als Neueinsteiger in Japan hat das Unternehmen erfolgreich das weltweit erste virtuelle Mobilfunknetz ausgerollt. Für den Netzausbau hat 1&1 ambitionierte Ziele: Bis Ende 2022 sollen 1.000 Basisstationen errichtet werden. Bis Ende 2025 sollen 25 Prozent der deutschen Haushalte mit dem schnellen Mobilfunk abgedeckt sein und bis Ende 2030 sogar 50 Prozent. Dies sehen die Vorgaben der Bundesnetzagentur vor, die 1&1 mit der erfolgreichen Teilnahme an der 5G-Frequenzauktion im Sommer 2019 übernommen hat. Diese Ziele möchte 1&1 einhalten und sogar übertreffen.

Mobilfunk sicher und zuverlässig zu gestalten, ist eine Grundvoraussetzung – das gilt auch für die neue Netzarchitektur im 1&1 O-RAN. Gemeinsam mit unseren Partnerinnen und Partnern haben wir ausführliche Risikoanalysen durchgeführt und implementieren ein gemäß ISO 27001 zertifiziertes Sicherheits-Management. Dabei erfüllen wir die Empfehlungen des BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik) für die Sicherheit in OpenRAN-Mobilfunknetzen in allen zentralen Punkten und stehen dazu im engen Austausch mit der Behörde. 1&1 ist zudem Mitglied der internationalen O-RAN Alliance, in deren Expertinnen- und Experten-Gremien die

Sicherheit in der OpenRAN-Technologie intensiv analysiert und fortlaufend weiterentwickelt wird.

Gemeinsam mit den etablierten Netzbetreibern – Telefónica Deutschland, Vodafone und Deutsche Telekom – hat die 1&1 AG im Anschluss an die erfolgreich abgeschlossene 5G-Auktion eine Vereinbarung über den Bau von Mobilfunkstandorten in sogenannten „weißen Flecken“ mit dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) sowie dem Bundesministerium der Finanzen (BMF) geschlossen. Damit hilft das Unternehmen, bestehende Versorgungslücken insbesondere im ländlichen Raum zu schließen, und leistet mit dem Bau zahlreicher Antennenstandorte einen Beitrag zur Verbesserung der Mobilfunkversorgung in ländlichen Regionen. Im Gegenzug kann 1&1 die zu zahlenden Lizenzkosten für die Frequenzen bis 2030 in Raten an den Bund überweisen. Dieser Schritt zeigt den Nutzen von Kooperationen für Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Netzbetreiber auf.

Darüber hinaus bietet die 1&1 Gruppe durch ihr breites Portfolio – von Premium- bis Discount-Tarifen – Zugang zur Digitalisierung für eine breite Klientel. Dies trägt zur Idee der „digitalen Teilhabe“ bei. Die Verfügbarkeit erschwinglicher Zugangsoptionen zum Internet wird heutzutage als unerlässlich für das Erreichen wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung und sogar für die Wahrnehmung von Menschenrechten angesehen.⁸

⁸ Siehe z. B. Bitkom-Beitrag, 24.11.2019.

1&1 als Arbeitgeber

Managementansatz

Wesentlichkeit, Auswirkungen und Risiken

GRI 103-1

Als Internet- und Telekommunikationsunternehmen unterliegt 1&1 den prägenden Merkmalen der Branche: hohe Dynamik, kurze Innovationszyklen und intensiver Wettbewerb. Ein Schlüsselfaktor, um diese Herausforderungen zu meistern, sind unsere engagierten und kompetenten Mitarbeitenden und Führungskräfte.

1&1 hat den Anspruch, ein fairer und attraktiver Arbeitgeber zu sein.

Wir legen deshalb großen Wert auf eine nachhaltige und ausgewogene Strategie über alle Kernfelder der Personalarbeit hinweg: von der Gewinnung der Mitarbeitenden über zielgruppengerechte Einstiegs- und Ausbildungsformate, aufgabenbezogene Qualifizierungsangebote und die Begleitung auf individuellen Karrierepfaden bis zur Entwicklung und langfristigen Bindung von Mitarbeitenden.

Das erwarten auch unsere Mitarbeitenden sowie die Bewerberinnen und Bewerber. Hochqualifizierte und gut ausgebildete Mitarbeitende bilden die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von 1&1. Es ist daher von zentraler Bedeutung, dass der kurz-, mittel- und langfristige Bedarf an Mitarbeitenden gedeckt und die erforderlichen Fachkenntnisse sichergestellt werden. Andernfalls besteht das Risiko, dass 1&1 nicht in der Lage sein könnte, der Geschäftstätigkeit effektiv nachzugehen und die Wachstumsziele zu erreichen.

Ziele und Maßnahmen

GRI 103-2

1&1 hat den Anspruch, ein fairer und attraktiver Arbeitgeber zu sein. Unser Ziel ist es, Führungskräfte und Mitarbeitende mit speziellem Fach- und Technologiewissen zu gewinnen, weiterzuentwickeln und an das Unternehmen zu binden.



Siehe „Werte und Leitlinien“, S. 57

Zum Leitbild unserer Personalarbeit gehört es, unsere Mitarbeitenden in erster Linie als Individuen und nicht nur als Arbeitnehmende zu betrachten. Um eine leistungsfördernde Unternehmenskultur zu gestalten, berücksichtigen wir unsere Unternehmenswerte bei strategisch wesentlichen Personalthemen wie Vergütung, Weiterbildung und Arbeitssicherheit.

Mitarbeitenden- und Führungskompetenzen werden ständig weiterentwickelt, z. B. mit gezielten Maßnahmen zur beruflichen Weiterentwicklung, Mentoren- und Coaching-Programmen sowie besonderen Angeboten für Potenzialträgerinnen und Potenzialträger.



Siehe „Aus- und Weiterbildung“, S. 61

Zudem sind wir überzeugt, dass die Verschiedenheit unserer Mitarbeitenden eine der Rahmenbedingungen für Kreativität und Produktivität ist. Um dieses Ideen- und Innovationspotenzial zu heben, fördern wir Diversität und Chancengleichheit mit verschiedenen Formaten.



Siehe „Diversität und Chancengleichheit“, S. 65

Ferner möchten wir die Gesundheit unserer Mitarbeitenden durch unser Betriebliches Gesundheitsmanagement sowie Arbeitssicherheits- und Präventionsmaßnahmen fördern.



Siehe „Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“, S. 71




Die Personalthemen liegen in der Verantwortung der Head of Group HR 1&1, die kontinuierlich an den CFO der 1&1 AG berichtet.

Ergebnisse und Beurteilung

Zur Wirkungskontrolle der Personalarbeit werden in den jeweiligen Bereichen verschiedene Kennzahlen genutzt, die in der Regel vom HR-Controlling erfasst und regelmäßig an den Vorstand berichtet werden. Dazu zählen unter anderem die Zufriedenheit mit den Weiterbildungsmöglichkeiten und die Messung des „Return on Education“. Details finden sich in den nachfolgenden Abschnitten.

GRI 103-3

Beitrag zu den SDGs

 <p>4 HOCHWERTIGE BILDUNG</p>	Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern
 <p>5 GESCHLECHTERGLEICHSTELLUNG</p>	Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen
 <p>8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</p>	Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Personalstrategie und Organisation der Personalarbeit

GRI 102-7
GRI 401

Als reines Dienstleistungsunternehmen hängt der Erfolg des 1&1 Konzerns maßgeblich von der Kompetenz und dem Engagement der Mitarbeitenden ab. Unser Ziel ist es daher, ein attraktives Arbeitsumfeld bei leistungsgerechter Bezahlung zu bieten, in dem sich die Mitarbeitenden ihren individuellen Fähigkeiten entsprechend optimal einbringen und weiterentwickeln können. Ziel ist es auch, den Bedarf der operativen Bereiche optimal in allen Personalthemen bedienen zu können. Damit ist sichergestellt, dass zeitnah auf die Bedürfnisse des Unternehmens und der Mitarbeitenden eingegangen werden kann. Im Rahmen der Vertrauensarbeitszeit sind in den Bereichen die Arbeitsweisen auf die jeweilige Organisationseinheit zugeschnitten. 1&1 beschäftigte zum Jahresende 2021 3.167 Mitarbeitende (2020: 3.191; 2019: 3.163).

GRI 102-8
GRI 401-1

Beispiele für unsere übergreifenden Ziele sind der Anspruch, passgenaue Formate in der Personal- und Organisationsentwicklung anzubieten, Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu gewinnen sowie Mitarbeitende zu binden. Zur Wirkungskontrolle erfassen wir unter anderem die Führungspositionen, die wir intern besetzt haben (2021: 70,0 %; 2020: 71,0 %; 2019: 75,3 %) sowie die Fluktuation der Mitarbeitenden (2021: 10,4 %; 2020: 6,1 %; 2019: 7,5 %) und haben das Ziel definiert, mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen.

Informationen zu Mitarbeitenden	2021	2020	2019
Mitarbeitende gesamt ⁽¹⁾	3.167	3.191	3.163
Intern besetzte Führungspositionen in %	70,0	71,0	75,3
Fluktuation der Mitarbeitenden in %	10,4	6,1	7,5

(1) Angaben beziehen sich auf unsere aktiven Stammmitarbeitenden.

Werte und Unternehmenskultur

Unsere Unternehmenswerte und Führungsleitlinien bilden das Wertegerüst der 1&1 Gruppe. Unser konzernweiter Verhaltenskodex zeigt, wie wir im Einklang mit diesen Werten handeln. Alle Mitarbeitenden erhalten mit dem Einstieg bei 1&1 eine digitale Ausgabe des Wertegerüsts sowie des Verhaltenskodex, auf die auch im Rahmen des Mitarbeitenden-Onboardings eingegangen wird.

GRI 102-16



Siehe „Unser Fundament für verantwortungsvolles Handeln“, S. 12



Onboarding: das „An-Bord-Nehmen“ von neuen Mitarbeitenden

Um die Werte auch im Arbeitsalltag erlebbar und spürbar zu machen, bereiten wir unsere Führungskräfte auf ihre Verantwortung als Vorbilder vor und haben diese Verantwortung als zentralen Bestandteil in den Führungsleitlinien verankert. Im Rahmen eines regelmäßig stattfindenden (virtuellen) Führungskräfte-Onboardings setzen sich diese in Kleingruppen mit den Werten und Führungsleitlinien auseinander und erarbeiten, was jene für ihre tägliche Arbeit bedeuten. Den Auftakt und die Einführung übernehmen dabei unsere Vorstandskolleginnen und -kollegen, die mit den neuen Führungskräften in den aktiven Dialog treten. Eine weitere Vertiefung und Operationalisierung erfolgt darüber hinaus im Rahmen des drei Module umfassenden verpflichtenden „Leadership Trainings – Leadership Foundations“, welches alle neuen Führungskräfte seit 2020 durchlaufen.

Neben dem Wertegerüst und dem Verhaltenskodex bildet eine offene und ausgeprägte Feedbackkultur den Rahmen für eine leistungsfördernde und wertschätzende Arbeitsumgebung.

Damit sich unsere Mitarbeitenden bei uns entwickeln und entfalten können, versuchen wir, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, die Inspiration und Kreativität fördert. Weiterhin ermöglichen flache Hierarchien unbürokratische Kommunikationswege und schnelle Entscheidungen. So können wir agil und anpassungsfähig auf neue Anforderungen reagieren.

Die Personalpolitik und die Kommunikation sind geprägt von hoher Flexibilität, wodurch sichergestellt wird, dass zeitnah auf den Bedarf des Unternehmens und die Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingegangen werden kann.

Lern- und Feedback-Kultur

Lernen soll für alle Mitarbeitenden möglich und zugänglich sein. Vor diesem Hintergrund wurden im Berichtsjahr 2021 sämtliche Trainings, Netzwerkveranstaltungen und Entwicklungsangebote, wo sinnvoll, weiterhin in einem digitalen Lernangebot fortgeführt und in unterschiedlichen zeitlichen Einheiten angeboten, von einstündigen Schulungen bis zu Tagestrainings. Sobald die aktuelle Pandemielage es zulässt, führen wir dies in einem guten Mix aus virtuellen und Präsenz-

angeboten sowie modularen Trainingseinheiten unterschiedlicher Länge fort, um Lernen weiterhin flexibel zu gestalten. Dieser Mix aus unterschiedlichen Lernformaten und Lernzeiten trägt zudem zur konkreten Ausgestaltung der hybriden Zusammenarbeit bei.

Darüber hinaus haben wir 2021 ein umfangreiches Angebot zum Thema „virtuelle Zusammenarbeit“ im Intranet erstellt. Zudem haben sich Führungskräfte und Mitarbeitende zu zahlreichen Best-Practice-Beispielen ausgetauscht, um auch in diesen besonderen Zeiten kontinuierlich voneinander und miteinander zu lernen. Dadurch haben wir als Organisation starke digitale Arbeitsformate aufgebaut, welche wir in Zukunft weiter ausbauen wollen. Auch neue Lernformate und Kurz-Trainings, wie z.B. Working Lunch Sessions oder Brown Bag Sessions (Zusammenkunft von Mitarbeitenden in der Online-Mittagspause) sowie den „Good-to-Know“ Einheiten für Führungskräfte, Expertinnen und Experten, in denen wir aktuelle Fragestellungen thematisieren, zahlen auf diesen kontinuierlichen Austausch und Lernprozess im virtuellen Rahmen ein.

Die gemeinsame Lernkultur sowie der Entfaltungsfreiraum und die Kreativität sollen außerdem durch das Bürogebäude „Hinterm Hauptbahnhof“ in Karlsruhe gefördert werden. Mit dem dort umgesetzten Multi-Space-Konzept machen wir einen großen Schritt in Richtung zukunftsweisenden und modernen Arbeitens. Kreativität, Dynamik und Flexibilität im Arbeitsalltag werden ermöglicht und gefördert. Die verschiedenen Bereiche des Büros richten sich auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der täglichen Arbeit aus. Ob Arbeiten im Team, konzentrierte Einzelarbeit, kurze Abstimmungen, vertrauliche Telefonate, kreative Workshops oder auch kurze Pausen – für jeden Zweck gibt es den passenden Bereich. Das vereinfacht die tägliche Arbeit und macht insbesondere die Zusammenarbeit im Team einfacher, flexibler und effizienter. Darüber hinaus stehen unseren Mitarbeitenden zahlreiche zusätzliche Arbeitsorte zur Verfügung, die es ihnen ermöglichen, sich zu entfalten und weiterzuentwickeln. Dazu trägt auch die flächendeckende Nutzung kollaborativer Kommunikationstools bei.

Weiterhin ermöglichen – nicht nur am Standort Karlsruhe – flache Hierarchien unbürokratische Kommunikationswege und schnelle Entscheidungen. So können wir agil und anpassungsfähig auf neue Anforderungen reagieren. Unsere offene Feedbackkultur bildet eine weitere essenzielle Basis für unsere Zusammenarbeit und trägt zu einer leistungsfördernden und wertschätzenden Arbeitsumgebung bei. Nur in einer Umgebung, in der sich Kolleginnen und Kollegen gegenseitig respektvoll und konstruktiv Rückmeldung geben, können Werte wie Offenheit und Fairness aktiv gelebt werden. Und nur in dieser Umgebung sind kontinuierliche Verbesserungen möglich, die Nutzen für die Mitarbeitenden, das Team und das Unternehmen stiften. Deshalb spielt qualifiziertes Feedback für uns bei der Gestaltung einer offenen und unterstützenden Unternehmenskultur eine große Rolle.

In jährlichen Feedback- und Entwicklungsgesprächen geben unsere Mitarbeitenden ihren Führungskräften direktes Feedback und umgekehrt. Darüber hinaus haben Mitarbeitende jederzeit die Möglichkeit, sich digital unterstützt und selbstbestimmt durch einen dokumentierten Prozess ein „360-Grad-Feedback“ einzuholen, sowohl von der direkten Führungskraft als auch von Kolleginnen und Kollegen, z. B. im Zusammenhang mit Projektaufgaben. Diese Möglichkeit sensibilisiert die ganze Organisation für Offenheit und Reflexion und schafft mehr Souveränität im Geben und Einholen von Feedback. Auf diese Weise wird Feedback zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Arbeitsalltags und kann kontinuierlich genutzt werden, um sich weiterzuentwickeln.

Weitere Feedback-Methoden werden in unserem Intranet vorgestellt und können von Teams und Einzelpersonen individuell und bedarfsorientiert eingesetzt werden. Um die Teams auf dem Weg zu einer starken Feedback-Kultur zu unterstützen, bieten wir Trainings für Mitarbeitende und Führungskräfte an, um mehr Sicherheit im Geben und Erhalten von Feedback zu erlangen. Auch gezielte Teamworkshops können moderierend begleitet werden, um in den Teams individuell eine Feedback-Kultur zu etablieren. Darüber hinaus ist das Feedback von Kolleginnen und Kollegen fester Bestandteil des Prozesses, wenn sich unsere Mitarbeitenden im Hinblick auf eine Position mit zusätzlicher Verantwortung weiterentwickeln wollen.

Interne Kommunikation mit Mitarbeitenden

Als stark wachsendes Unternehmen ist es für 1&1 eine Herausforderung, den Mitarbeitenden immer ein offenes Ohr sowie Kanäle für eine angemessene Kommunikation zur Verfügung zu stellen. Gleichzeitig wächst der Bedarf, Informationen über die Strategie oder Unternehmensentwicklung an die Mitarbeitenden weiterzugeben. Daher haben wir über die Jahre verschiedene erfolgreiche Kanäle für die interne Kommunikation mit Mitarbeitenden etabliert. Durch die COVID-19-Pandemie werden zudem viele Veranstaltungen in digitaler Form abgehalten, wodurch sich die Art der Kommunikation verändert hat.

- Eine jährliche Management-Tagung bietet Führungskräften sowie Expertinnen und Experten zum Jahresbeginn die Möglichkeit, sich über die Gesamtentwicklung von 1&1 zu informieren. Aufgrund der COVID-19-Pandemie, konnte dieses Format 2021 nicht stattfinden. Alternativ wurde eine Reihe von „Allhands-Meetings“ genutzt, Informationen zur Gesamtentwicklung an die Mitarbeitenden, Expertinnen und Experten sowie Führungskräfte zu transportieren.
- In vielen Bereichen arbeiten die Kolleginnen und Kollegen der verschiedenen Gesellschaften der 1&1 Gruppe bereits als ein Team inhaltlich zusammen. Dies leben wir seit dem Berichtsjahr 2020 auch in der internen Kommunikation noch stärker: Aus den zuvor separat geführten

Gruppen im Intranet ist eine gemeinsame Gruppe für 1&1 entstanden. Durch diese Harmonisierung werden Informationen für alle Mitarbeitenden von 1&1 grundsätzlich identisch angeboten. Dadurch möchten wir für eine optimale interne Vernetzung und Kommunikation sorgen.

Fairer Lohn

GRI 102-41
GRI 405-2

Die leistungsgerechte und faire Vergütung unserer Mitarbeitenden ist ein wichtiger Bestandteil unserer Personalstrategie. Unser Anspruch ist es, unseren Mitarbeitenden ein marktgerechtes, faires, transparentes und in die Unternehmensstrategie eingebettetes attraktives Angebot hinsichtlich Vergütung und Sozialleistungen zu machen. Die Grundlage für ein vergleichbares, rechtssicheres und faires Vergütungssystem ist unsere interne Vergütungsrichtlinie. Hier sind Regelungen und Vorgehensweisen bei Gehaltsveränderungen gruppenweit klar definiert.

Je nach Funktion und Verantwortung sind variable Komponenten Bestandteil der Vergütung. Sie werden nach dem Leistungsprinzip gezahlt. Über die finanzielle Vergütung hinaus bietet 1&1 verschiedene Zusatzleistungen, wie betriebliche Altersvorsorge, vermögenswirksame Leistungen, Präventionsprogramme innerhalb unseres Betrieblichen Gesundheitssystems sowie Vergünstigungen auf unsere Produkte.

Unsere Gehälter werden bezüglich ihrer Höhe und ihrer zeitlichen Entwicklung unabhängig von Geschlecht oder anderen, nicht-funktions- oder -fachspezifischen Merkmalen festgesetzt. Um eine angemessene und faire Bezahlung sicherzustellen, erstellen wir halbjährlich interne Vergleiche nach Funktionen, berücksichtigen Marktentwicklungen und -analysen und bedienen uns externer Benchmarks. In diesem Rahmen werden die Bezüge unserer Mitarbeitenden mit Benchmarkdaten eines namhaften Surveyanbieters zur marktüblichen Vergütung verglichen. Ergebnisse dieses Vergleichs werden den HR Business Partnern zur Verfügung gestellt und fließen in die Gehaltsfindung bei der regelmäßigen Gehaltsüberprüfung als auch bei außerordentlichen Gehaltsanpassungen mit ein.

Änderungen in der Gesetzgebung zur Vergütung von Mitarbeitenden, wie z. B. Mindestlohngeetze, werden vollständig in der Vergütungspraxis umgesetzt. Wir stellen stets sicher, dass die Bezahlung unserer Mitarbeitenden mit allen gesetzlichen Vorschriften im Einklang steht.

Aus- und Weiterbildung

Entwicklung und Perspektiven

„Wir machen Menschen erfolgreich“ ist ein Grundsatz unserer Personal- und Organisationsentwicklung. In unserem dynamischen, sich ständig wandelnden Markt bedeutet das für unsere Mitarbeitenden, Verantwortung zu übernehmen und nicht nur ihre Arbeit, sondern auch ihre persönliche Entwicklung zu gestalten. Wir sind der Überzeugung, dass es für die Motivation und den Erfolgswillen unserer Mitarbeitenden unerlässlich ist, Perspektiven für sich zu sehen und diese zu verfolgen. Durch das Wissen des Einzelnen wachsen gleichzeitig die Kenntnisse der Organisation insgesamt. Aktuelles Wissen sichert beispielsweise in der Informationssicherheit und Softwareentwicklung den technischen Vorsprung, so wie eine professionelle und kompetente Kundenberatung zur Kundenzufriedenheit beiträgt.

GRI 404
GRI 404-2

Wir investieren daher in umfangreiche Lern- und Entwicklungsmaßnahmen und entwickeln unsere Mitarbeitenden funktionsadäquat weiter. Grundlage dafür ist die individuelle „Development Journey“ unserer Mitarbeitenden, die im Rahmen der jährlichen Entwicklungsgespräche vereinbart und deren Umsetzung über das Jahr hinweg überprüft wird.

Die Entwicklungspläne umfassen beispielsweise Kompetenzen, die für anstehende Aufgaben erforderlich sind, passende On-the-job- oder Off-the-job-Maßnahmen sowie Entwicklungswünsche und Präferenzen der Mitarbeitenden. Damit stärken wir Eigenverantwortung und Lernbereitschaft und stellen sicher, dass die Mitarbeitenden auf jeder Entwicklungsstufe noch Neues lernen können. Die Ergebnisse der jährlichen Entwicklungsgespräche werden zentral erfasst.

GRI 404-3

Die Erfolgskontrolle der Lernangebote besteht aus einem Zusammenspiel der Zufriedenheit mit den Weiterbildungsmöglichkeiten, der Messung des „Return on Education“, einer Einschätzung der Maßnahmenumsetzung auf Ebene der einzelnen Mitarbeitenden im nächsten Entwicklungsgespräch sowie einem Kostencontrolling.

Wege für die eigene Entwicklung

Ein großer Weiterbildungsbedarf besteht im Unternehmensbereich Kundenservice. Hier werden sowohl neue als auch bereits beschäftigte Mitarbeitende zu den Themen Kommunikation, Verkauf, Einwandbehandlung und Beschwerdemanagement sowie weiteren fachlichen Themen geschult. Darüber hinausgehende von Mitarbeitenden gewünschte Schulungen werden individuell vereinbart und durch bezahlte Freistellungen unterstützt. Seit 2020 ist die Schulungsplattform aller 1&1 Gesellschaften etabliert, wodurch alle Mitarbeitende auf das umfangreiche Angebot zugreifen können:

GRI 404-2

SPEZIFISCHE ENTWICKLUNG IM BEREICH CUSTOMER CARE

Unsere starke Kundenorientierung erfordert professionellen Service von kompetenten Mitarbeitenden. Daher schulen wir sowohl unsere (internen) Mitarbeitenden als auch die Mitarbeitenden unserer (externen) Dienstleistungsunternehmen regelmäßig zu Produkten, Services und Vertrieb. Je umfassender das Wissen unserer Mitarbeitenden, desto souveräner und selbstständiger können sie mit Kundinnen und Kunden umgehen und eine hochwertige Beratung gewährleisten. Um diesen Qualitätsanspruch ab dem ersten Kundenkontakt erfüllen zu können, legt das Ausbildungskonzept für neue Call-Center-Agentinnen und -Agenten einen besonderen Fokus auf praxisorientierte Lerninhalte.

1&1 Campus

Auf dem zentralen Schulungsportal 1&1 Campus, bündeln wir interne Schulungen und E-Learnings, sodass unsere Mitarbeitenden einen schnellen und einfachen Zugang zu Weiterbildungsmöglichkeiten im Unternehmen erhalten. Im 1&1 Campus bieten wir unseren Mitarbeitenden aus allen Bereichen ein vielfältiges Trainingsangebot, das Methoden-Skills, Soft-Skills und Fachwissen umfasst. Um das Angebot kontinuierlich zu verbessern, wird jeder Kurs anhand der Zufriedenheit der Teilnehmenden und der Weiterempfehlungsrate ausgewertet. Diese Kennzahlen lassen auf eine sehr hohe Qualität der Kurse schließen. Neben Angeboten der Personal- und Organisationsentwicklung finden sich dort auch Trainingseinheiten für die Customer-Care-Bereiche und Seminare aus dem technischen Schulungskatalog TEC Campus sowie aus dem Online Marketing Campus – Trainingsangebote von Mitarbeitenden für Mitarbeitende.

TEC Campus

Unsere Mitarbeitenden in den technischen Bereichen besitzen sehr spezifisches und tiefgehendes Wissen. Wir möchten den Austausch untereinander und das Lernen voneinander fördern und bieten daher über eine Plattform im 1&1 Campus Trainings zu Tools, Prozessen und Methoden sowie E-Learnings und Vorträge von Mitarbeitenden für Mitarbeitende an.

Im Fokus des TEC Campus stehen technische Fachtrainings und Vorträge, darunter Entwicklungspraktiken, Onboarding für Entwicklerinnen und Entwickler sowie agile Methoden. Themen wie Informationssicherheit und Business Process Management erreichen so eine breitere Zielgruppe. Über den TEC Campus finden ebenso interne Konferenzen statt, wie z. B. der TEC DAY oder die PASK (Project/Agile/Scrum/Kanban) Konferenz.

Talentförderung (MyWay^{TO}, Navigate und Women explore)

Im Rahmen der Talent-Förderprogramme findet eine vorausschauende Entwicklung von Persönlichkeiten statt. Individuelle Entwicklungspläne sind auf die Zielposition ausgerichtet, z. B. bei MyWay^{TO} auf die Entwicklung zur Expertin, zum Experten oder zur Führungskraft. 2021 konnten auch dank dieser Maßnahmen 70,0 % (2020: 71,0 %; 2019: 75,3 %) der Führungspositionen intern besetzt werden.

Mit „Navigate“ binden wir frühzeitig hochmotivierte Leistungsträgerinnen und Leistungsträger an das Unternehmen und entwickeln schon sehr früh unternehmerisches Denken und Handeln sowie die Reflexions- und Feedbackfähigkeit.

Mit „Women explore“ bekommen Frauen die Chance, sich unternehmensweit sichtbar und bekannt zu machen, den Erfahrungsaustausch untereinander zu fördern, sich gezielt mit ihren eigenen Stärken und ihrer Karriere- und Netzwerkstrategie auseinander zu setzen sowie Schlussfolgerungen zum Thema „Gender Diversity“ für die Gesamtorganisation daraus zu treffen.

Individuelle Angebote

Der Personalentwicklungsbereich bietet zudem ein individuelles Beratungsangebot für Mitarbeitende und Führungskräfte sowie zahlreiche individuell gestaltbare On-the-job-Maßnahmen und unterstützt bei der Entwicklung spezifischer Maßnahmen wie Mentorings und Hospitationen. Um die Vielzahl der vorhandenen Entwicklungsmöglichkeiten überblicken zu können, gibt es einen umfangreichen Intranet-Auftritt, der es allen Mitarbeitenden transparent und gebündelt ermöglicht, auf alle relevanten Informationen rund um „Entwicklung & Lernen“ zuzugreifen. Dabei gibt es je nach Präferenz unterschiedliche Eingangskanäle, um einfach das gewünschte Ergebnis zu finden. Wie bei all unseren Produkten haben wir dabei das Feedback und den Input unserer internen Kundinnen und Kunden kontinuierlich miteinbezogen.

Weiterbildung in Zahlen

Auch im Jahr 2022 arbeiten wir an der zentralen Erfassung der Weiterbildungskennzahlen, um eine zunehmend vollständige Berichterstattung über deren Umfang und Art zu erleichtern.

GRI 404-1

Aus- und Weiterbildungsstunden	2021 ⁽¹⁾	2020
Aus- und Weiterbildungsstunden für unsere Mitarbeitenden	46.323	54.520
Aus- und Weiterbildungsstunden für unsere Mitarbeitenden pro Mitarbeitendem ⁽²⁾	14,6	17,1
Aus- und Weiterbildungsstunden für unsere Dienstleistungsunternehmen ⁽³⁾	43.299	31.925

(1) Aus- und Weiterbildungen im Präsenzformat fielen im Jahr 2021 pandemiebedingt aus.

(2) Angabe bezieht sich auf alle aktiven Mitarbeitenden der 1&1 Gruppe.

(3) Ausbau des digitalen Trainingsportfolios im Jahr 2021.

Nachwuchssicherung und Talentgewinnung

Im stark umkämpften Markt um Fachkräfte im Telekommunikations- und IT-Sektor gelingt es 1&1, Schlüsselpositionen mit Top-Kräften zu besetzen und so dem Ziel der Geschäftsausweitung gerecht zu werden. Neben einem zielgruppengerechten Arbeitgebermarketing, Kooperationen mit Aus- und Weiterbildungseinrichtungen und dem positiven Abstrahleffekt der Produktmarken steht ein kandidatinnen- und kandidatenfreundlicher, wettbewerbsfähiger Akquise- und Auswahlprozess im Bereich Recruiting im Mittelpunkt der erfolgreichen Personalgewinnung.

Vielfältige Chancen in einem wachsenden Unternehmen

Als wachsendes Unternehmen bieten wir unseren Mitarbeitenden einen zukunftssicheren Arbeitsplatz mit spannenden Projekten, individuellen Weiterbildungschancen und Perspektiven. Die Karrierewege können bei uns für die einzelnen Mitarbeitenden weitgehend individuell verlaufen, und alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, ihre Entwicklung selbst mitzugestalten.

Ausbildung

GRI 102-12

Die Ausbildung erfolgt im Auftrag der 1&1 Gruppe durch die United Internet Sourcing & Apprenticeship GmbH, die von den jeweils zuständigen Industrie- und Handelskammern (IHK) als Ausbildungsbetrieb anerkannt ist. Gemeinsam mit anderen Gesellschaften des United Internet Konzerns werden Auszubildende in verschiedenen kaufmännischen und technischen Lehrberufen mit dem Ziel der anschließenden Übernahme qualifiziert. Dadurch können einheitlich hohe Ausbildungsstandards gewährleistet und standortübergreifende Ausbildungsformate etabliert werden.

Aktivitäten zur Gewinnung von Nachwuchskräften

Um junge Talente frühzeitig einzubinden, arbeiten wir mit Hochschulen und Universitäten zusammen. Dazu haben wir unterschiedliche Nachwuchsförderprogramme entwickelt, die eine Ausbildung bzw. ein Duales Studium (in Kooperation mit der DHBW) ermöglichen oder dazu dienen, Absolventinnen und Absolventen in unsere Unternehmenswelt zu integrieren.

GRI 102-12



Siehe „Fair Company Initiative“

Eine besondere Verantwortung tragen wir auch gegenüber unseren Praktikantinnen und Praktikanten. Zu fairen Rahmenbedingungen wie einer angemessenen finanziellen Aufwandsentschädigung und einer persönlichen Betreuung verpflichten wir uns im Rahmen der „Fair Company Initiative“. Praktikantinnen und Praktikanten, die wir jedes Jahr unter anderem in den Bereichen IT, Produktmanagement, Online-Marketing, Finanzen und HR einstellen, betonen regelmäßig den hohen Lerneffekt bei 1&1.

Schülerinnen und Schülern bieten wir an, unser Unternehmen sowie das Berufsleben allgemein im Rahmen von Kurzpraktika kennenzulernen. Neben Kooperationen und Veranstaltungen mit Schulen bietet 1&1 außerdem Berufsberatungen und Berufserkundungen unter anderem im Kontext des Girls' Day und Boys' Day oder unserer hauseigenen Ausbildungsberatung an.

Diversität und Chancengleichheit

1&1 erachtet Diversität nicht nur als wünschenswert, sondern als ganz entscheidend für den Erfolg des Unternehmens. Dementsprechend verfolgt die Gesellschaft insgesamt eine Unternehmenskultur, in der alle Mitarbeitenden Wertschätzung und Chancengleichheit erfahren, unabhängig von Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Geschlecht oder geschlechtlicher Identität, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung und Identität. Für alle Mitarbeitenden sollen das Umfeld und die Funktion gefunden werden, in denen sie ihre individuellen Potenziale und Talente bestmöglich einbringen können.

GRI 405
GRI 405-1
GRI 406
GRI 406-1

Diesen Anspruch haben wir im letzten Jahr mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt bekräftigt und verpflichten uns damit zur Schaffung eines Arbeitsumfelds, das frei von Vorurteilen ist. Seit 2019 dient uns dabei ein „Diversity Statement“ als Leitbild für sämtliche Diversity-Aktivitäten im Unternehmen.

Wir tolerieren keine Form von Diskriminierung, Belästigung oder Bedrohung am Arbeitsplatz. Mit unserer Personalabteilung, dem Compliance-Bereich sowie ausgebildeten Vertrauenspersonen stellt 1&1 verschiedene vertrauenswürdige Anlaufstellen zur Verfügung. Wir nehmen jeden Hinweis auf Diskriminierung sehr ernst und haben den Anspruch, jeden gemeldeten Sachverhalt aufzuklären.

Individuelle Stärken – also alles, was die einzelnen Mitarbeitenden innerhalb des Unternehmens einzigartig und unverwechselbar macht – haben es dem Konzern erst ermöglicht, zu dem zu werden, was er heute ist. Eine Belegschaft, die sich aus verschiedensten Persönlichkeiten zusammensetzt, bietet optimale Rahmenbedingungen für Kreativität und Produktivität. Das daraus resultierende Ideen- und Innovationspotenzial stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Gesellschaft und steigert die Chancen in Zukunftsmärkten.

Auch die Kundinnen und Kunden von 1&1 mit ihren vielfältigen Bedürfnissen schätzen einen Geschäftspartner, der ihrer eigenen Diversität gerecht wird. Über unterschiedliche Produktpaletten bzw. Preisgestaltungen wollen wir den Wünschen der Kundinnen und Kunden entsprechen.

Bereits in den Onboarding-Veranstaltungen für neue Mitarbeitende thematisieren wir die Bedeutung von Diversity und verweisen auf unsere 2020

DIVERSITY STATEMENT

1&1 steht für eine Unternehmenskultur, in der Wertschätzung für Verschiedenheit großgeschrieben wird. Denn nur eine Belegschaft, die die zahlreichen Facetten der Gesellschaft widerspiegelt, bietet optimale Rahmenbedingungen für Kreativität und Produktivität und macht Mitarbeitende – sowie das Unternehmen selbst – unverwechselbar. Durch diese einzigartige Vielfalt entsteht ein unvergleichbares Ideen- und Innovationspotenzial, das die Wettbewerbsfähigkeit der Gesellschaft steigert und Chancen für alle bietet.

geschaffene interne Informationsplattform rund um alle Diversity-Dimensionen. Hier finden Mitarbeitende und Führungskräfte Statements unserer Vorstände zum Thema, praktische Tipps für einen vorurteilsfreien Arbeitsalltag und vielfältige Porträts von Kolleginnen und Kollegen. Darüber hinaus haben wir dort einen unternehmensweit abgestimmten Leitfaden für diskriminierungsfreie und gendersensible Sprache und das Online-Training der „Initiative Chefsache“ zum Thema „Vorurteilsfreie Personalentscheidungen“ integriert.

Zum Thema „Unconscious Bias“ haben wir 2020 unsere HR-Mitarbeitenden mit Blick auf die Relevanz in unseren HR-Prozessen geschult, sowie ein Trainingsformat für Führungskräfte pilotiert, das im kommenden Jahr weiter ausgerollt werden soll.

Diversity Days

Mit den Diversity Days haben wir wichtige Impulse in die Organisation gegeben und unsere Mitarbeitenden auf das Potenzial von Vielfalt für uns als Unternehmen aufmerksam gemacht – sowohl mit Blick auf unsere Belegschaft als auch auf unsere Kundinnen und Kunden.

Von den fast 1.000 teilnehmenden Mitarbeitenden würden 99 % die Diversity Days weiterempfehlen, 87 % sahen in den präsentierten und diskutierten Inhalten eine hohe Relevanz für ihre Arbeit und für die Weiterentwicklung unserer Organisation – eine großartige Resonanz. Aufgrund dieses positiven Feedbacks ist für 2022 eine Fortsetzung der Diversity Days geplant.

Erstmals haben wir uns 2021 dem Aktionstag „Deutscher Diversity Tag“ der Charta der Vielfalt e.V. angeschlossen und uns im Mai an den „Diversity Days“, einer dreitägigen virtuellen Inhouse-Konferenz mit mehr als 35 Sessions zum Thema Vielfalt, beteiligt. Bestandteile des spannenden und bunten Konferenzprogramms waren z.B. Keynotes von Vorständinnen und Vorständen, interaktive Workshops, Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden, Podiumsdiskussionen und vieles mehr.

Im Anschluss an die Diversity Days wurde eine interne Podcast-Reihe gelauncht, in der verschiedene Persönlichkeiten aus dem Unternehmen rund um Diversitäts-Themen interviewt werden. Dieses Angebot wurde eigeninitiativ von Mitarbeiterinnen im Rahmen unseres „Women explore“ Programms umgesetzt.

Gender Equality

In der 1&1 Gruppe haben wir das mittelfristige Ziel, 18 % der Stellen auf den ersten beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands der 1&1 AG mit Frauen zu besetzen. Langfristig streben wir im Bewusstsein unserer gesellschaftlichen Verantwortung eine vollständig gleichberechtigte Teilhabe von Frauen an unseren Führungspositionen an, was sich dann auch in einem höheren Anteil von Frauen in Führungspositionen widerspiegeln soll. Daher versuchen wir, durch unser Handeln das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden zu schärfen, um unsere langfristigen Ziele zu erreichen. Auch im Jahr 2021 stand deshalb das Thema Diversität und Chancengleichheit besonders im Fokus.

Im Folgenden zeigen wir die Zusammensetzung unserer Mitarbeitenden nach Geschlecht und Beschäftigungsverhältnis. Zudem waren 2021 12,0 % (2020: 10,4 %; 2019: 11,4 %) unserer Stammmitarbeitenden in Teilzeit beschäftigt.

Mitarbeitende nach Geschlecht in % ⁽¹⁾	2021	2020	2019
Frauen	37,1	37,0	37,7
Männer	62,9	63,0	62,3
divers	n.a.	n.a.	n.a.

(1) Angaben beziehen sich auf alle Stammmitarbeitenden zum 31. Dezember.

43,8% der Neueinstellungen im Berichtsjahr waren Frauen (2020: 39,5 %; 2019: 42,6 %), unter den neu eingestellten Führungskräften betrug der Anteil 29,2 % (2020: 25,9 %; 2019: 30,0 %). Zum 31. Dezember 2021 arbeiteten insgesamt neun Frauen (2020: 9; 2019: 7) in den ersten beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands der 1&1 AG, was einer Quote von 12,9 % (2020: 13,0 %; 2019: 10,0 %) entspricht. Die Differenz auf die angestrebte 18%-Marke liegt bei vier Frauen (2020: 4; 2019: 6). Damit liegen wir weiterhin unter unserem Zielwert und sehen damit für 2022 nach wie vor Handlungsbedarf.

Mitarbeitende nach Beschäftigungsverhältnis und Geschlecht in % ⁽¹⁾	2021	2020	2019
Frauen Vollzeit	74,0	74,9	74
Männer Vollzeit	96,3	95,7	97,4
Frauen Teilzeit	26,0	25,1	26
Männer Teilzeit	3,7	4,3	2,6

(1) Angaben beziehen sich auf unsere aktiven Stammmitarbeitenden ohne Werksstudentinnen und Werkstudenten, Schülerinnen und Schüler, Praktikantinnen und Praktikanten, Diplomandinnen und Diplomanden und Aushilfen zum 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres.

Mitarbeitende nach Arbeitsvertrag und Region in % ⁽¹⁾	2021	2020
Frauen befristeter Arbeitsvertrag	5,7	5,2
Männer befristeter Arbeitsvertrag	6,9	7,1
Frauen unbefristeter Arbeitsvertrag	31,8	32,3
Männer unbefristeter Arbeitsvertrag	55,5	55,4
Befristeter Arbeitsvertrag Inland	12,6	12,2
Unbefristeter Arbeitsvertrag Inland	87,4	87,8

(1) Die Zahlen beziehen sich auf unsere aktiven Mitarbeitenden zum 31. Dezember des Geschäftsjahres.

2021 haben 21 (2020: 21) Frauen aus sämtlichen Unternehmensbereichen an unserem Talent- und Netzwerkangebot „Women explore“ teilgenommen. Bei „Women explore“ geht es darum, Frauen mit starker Leistung unternehmensweit sichtbar und bekannt zu machen, den Erfahrungsaustausch untereinander zu fördern, den Teilnehmerinnen eine gezielte Auseinandersetzung mit ihren eigenen Stärken sowie ihrer Karriere- und Netzwerkstrategie zu ermöglichen sowie Schlussfolgerungen für die Gesamtorganisation daraus zu ziehen. Hierzu kamen die Teilnehmerinnen in persönlichen und virtuellen Netzwerktreffen zusammen, arbeiteten in selbstorganisierten Lerngruppen gemeinsam an diesen Themen und tauschten sich mit den Vorstandspatinnen des Programms sowie verschiedenen Führungskräften und Experten dazu aus. Dies hat zur übergreifenden Sensibilisierung beigetragen und wichtige Dialoge angestoßen. So konnten Erkenntnisse und Impulse für unsere Organisation hinsichtlich weiterer Verbesserungen rund um Gender Diversity und mehr Frauen in Führungspositionen abgeleitet werden.

Im Rahmen von „Women explore“ halten unsere weiblichen „Role Models“, die anderen Kolleginnen im Unternehmen für Austausch und Mentoring zur Seite stehen und unterschiedliche Beispiele für mögliche Karrierewege von Frauen bei 1&1 aufzeigen, Vorträge rund um das Thema Karriere bei 1&1.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Eine Voraussetzung für Vielfalt ist auch, dass alle Mitarbeitenden Familie und Beruf gut miteinander vereinbaren können. Wir bieten unseren Mitarbeitenden daher die Möglichkeit, anlassunabhängig einzelne Tage mobil von zu Hause aus zu arbeiten.

Mit unserem externen und unabhängigen Familienservice bieten wir bei Bedarf individuelle Hilfen an: Unterstützung bei der Kinderbetreuung, z. B. kostenfreie Notfall-Betreuungsplätze für Kinder bis zu 12 Jahren, Ferienprogramme (auch virtuell), Beratung zu Elterngeld, Kita & Co., Vermittlung von Haushaltshilfen sowie Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen und in persönlichen Krisensituationen. Gerade in Zeiten von COVID-19 konnten wir damit den Mitarbeitenden nachhaltige Unterstützung in herausfordernden Situationen bieten.

Seit 2020 bieten wir außerdem regelmäßig Netzwerkveranstaltungen und Vorträge zu Themen wie „Elternzeit & Karriere“ und „Working Teilzeit“ an. Hier tauschen sich Mitarbeitende untereinander aus und teilen Erfahrungen und Best Practices. Wir legen dabei insbesondere einen Fokus darauf, Väter in Teilzeit als Role Models sichtbar zu machen und einen Dialog zu Equal Care anzuregen.

Vielfalt und Chancengleichheit

Internationalität

Als weiteren Diversitätsfaktor erachtet 1&1 die unterschiedlichen Nationalitäten seiner Mitarbeitenden. Diese tragen insbesondere im Kundenservice zur Servicequalität bei, da so Kundinnen und Kunden unterschiedlicher Nationalitäten in ihrer Muttersprache betreut werden können.

LGBTIQ+

Die PROUT AT WORK-Foundation schafft mit ihren PROUT PERFORMER Awards Sichtbarkeit für LGBTIQ+ in der Arbeitswelt. An dieser Stelle freuen wir uns, dass mit Michelle Thiele eine unserer Mitarbeiterinnen auf der Liste der "PROUTVoices" vertreten ist. Diese Liste ehrt queere Menschen in der Wirtschaft unterhalb der Leitungsebene für ihren aktiven Einsatz als Thementreiber und Stimme für die LGBTIQ+ Community.

Wir sind stolz darauf, mit der unter anderem aus der Belegschaft heraus gegründeten Initiative "queer.united" den Grundstein für eine Plattform und ein Netzwerk zum offenen Austausch der Mitarbeitenden rund um die Themen der LGBTIQ+ Community geschaffen zu haben. Hierzu gehören mitunter der Abbau von Berührungängsten und die Schaffung eines offenen und diskriminierungsfreien Arbeitsumfeldes. Weiterhin bietet die Initiative Hilfestellungen für LGBTIQ+ spezifische Themen wie etwa ein Coming-out am Arbeitsplatz. Das Netzwerk setzt sich aus Mitgliedern der LGBTIQ+ Community sowie aus weiteren Mitarbeitenden zusammen, die diesen Themenkomplex unterstützen.

Seit 2021 können Mitarbeitende außerdem über optionale Gender-Pronomen in ihrem Intranet-Profil ausdrücken, wie sie von anderen Mitarbeitenden referenziert und angesprochen werden möchten.

„United in Diversity“

Als Unternehmen ist es unser Anliegen, das Thema Diversität auch in die Öffentlichkeit weiter zu tragen. Als Haupt- und Trikotsponsor des Fußball-Bundesligisten Borussia Dortmund haben wir beim Spiel am 6. März 2021 gegen Bayern München gemeinsam ein buntes und sichtbares Zeichen für Vielfalt und gegen Diskriminierung gesetzt. Eigens für diesen Anlass wurde das 1&1 Logo umgestaltet, sodass die Spieler mit einem 1&1 Logo in Regenbogenfarben auf dem Trikot aufliefen.

Jung & Alt Together

Für einen gezielten Austausch zwischen den Generationen wurde 2021 das Format "Jung & Alt Together" als Initiative von Mitarbeitenden ins Leben gerufen. Im Rahmen eines regelmäßigen Mittags-Stammtisches und einer Arbeitsgruppe werden Erfahrungswerte untereinander ausgetauscht, die unterschiedlichen Bedarfe je Altersgruppe gesammelt und an die HR-Abteilung weitergegeben.

Das Durchschnittsalter der Mitarbeitenden bei 1&1 lag zum 31. Dezember 2021 bei 40,5 Jahren (2020: 38,5 Jahre; 2019: 38,4 Jahre). Unsere im Berichtsjahr neu eingestellten Stammmitarbeitenden waren im Schnitt 34,1 (2020: 33,0; 2019: 34,9⁹) Jahre alt.

Mitarbeitende nach Alter ⁽¹⁾ in %	2021	2020	2019
unter 30 Jahre	21,0	23,9	21,7
30-39 Jahre	33,2	32,1	36,1
40-49 Jahre	27,1	27,3	26,2
Ab 50 Jahre	18,7	16,7	16,0

(1) Angaben beziehen sich auf die Stammmitarbeitenden zum 31. Dezember.

⁹ Die Zahl wurde nachträglich angepasst aufgrund des Einbezugs von Strato, home.pl, United Domains und World4You.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sind Teil unserer Fürsorgepflicht gegenüber unseren Mitarbeitenden. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber verfolgen wir das Ziel, Unfälle, Erkrankungen und Risiken so weit wie möglich zu verringern und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu fördern. Das Betriebliche Gesundheitsmanagement des 1&1 Konzerns wird im Auftrag der 1&1 Gruppe von der United Internet Corporate Services GmbH geleistet. Wir befassen uns schwerpunktmäßig mit dem Betrieblichen Gesundheitsmanagement inklusive Präventionsmaßnahmen, um das Risiko psychischer und physischer Belastungen zu senken und den Arbeitsschutz an unseren Standorten zu erhöhen. In jährlichen Sitzungen werden alle relevanten Themen rund um diese beiden Säulen besprochen. Dabei geht es um aktuelle Entwicklungen und die Organisation von Gefährdungsbeurteilungen sowie die Erfüllung aller gesetzlich relevanten Vorgaben, wie z. B. die Erhebung von Belastungen durch die COVID-19-Pandemie.

GRI 403

Angesichts der COVID-19-Pandemie seit Anfang des Jahres 2020 wurden schwerpunktmäßig Prozesse und Maßnahmen im Sinne des erhöhten Arbeitssicherheitsstandards und der SARS-CoV-2 Arbeitsschutzregel in enger Abstimmung mit Expertinnen und Experten zur Betriebsmedizin und Arbeitssicherheit etabliert und umgesetzt. Generell wurden Maßnahmen rund um folgende Themen behandelt:

GRI 403-2

- Entwicklung und Etablierung eines Betriebskonzepts und Vorbereitungen für Krisenszenarien
- Durchführung einer Gefährdungsbeurteilung zu COVID-19 (Begehungen, Maßnahmenkatalog, kontinuierliche Anpassung von Maßnahmen und Prozessen), die von der BAD GmbH, unserem externen Dienstleistungsunternehmen für Gesundheitsvorsorge und Sicherheitstechnik, durch ein Siegel attestiert wurde
- Etablierung von Prozessen bei Verdachts- und Infektionsfällen
- Ansteckungsprävention durch Verhaltens- und Hygienemaßnahmen bzw. -regeln
- Interne Kommunikation und Schulung für Transparenz und Sensibilisierung sowie Implementierung eines Gesundheitsportals (Corona-Gesundheitsportal)
- Beratungs- und Unterstützungsangebote (unter anderem betriebsmedizinische Beratung für Risikogruppen, Krisen-Hotlines, Empfehlungen zur Ergonomie im Homeoffice)
- Anpassung der Prozesse und Strukturen zum mobilen Arbeiten

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)

GRI 403-1

Mit der Einführung der Arbeitsmedizin und der Beauftragung von Betriebsärztinnen und Betriebsärzten für alle Standorte im Jahr 2017 wurde das Thema Betriebliches Gesundheitsmanagement implementiert und zentral für alle Standorte umgesetzt. Dabei orientiert sich der Aufbau des konzernweiten BGMs an den Anforderungen zum Gesundheitsschutz des Arbeitsschutzgesetzes (ArbSchG). Dort sind die Aufgaben und Pflichten für Unternehmen klar definiert und wurden von 1&1 entsprechend umgesetzt. Die Umsetzung dieser gesetzlichen Anforderungen wird durch Aufsichtsbehörden und die zuständige Berufsgenossenschaft geprüft, wobei letztere auch als fachliche Ansprechpartnerin rund um die Umsetzung spezifischer Maßnahmen dient. Über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehend werden außerdem zahlreiche Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Prävention umgesetzt.

GRI 403-2

GRI 403-3

GRI 403-5

GRI 403-7

GRI 403-8

Betriebliches Gesundheitsmanagement bei 1&1 umfasst unter anderem die Themen Gefährdungsbeurteilungen, arbeitsmedizinische Betreuung sowie Gesundheitsförderungsangebote bzw. Präventionsmaßnahmen, die darauf abzielen, das Risiko psychischer und physischer Belastungen zu senken und eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie herbeizuführen. Die Maßnahmen gelten für alle Stammmitarbeitenden in Deutschland.

Das Betriebliche Gesundheitsmanagement wird laufend strategisch weiterentwickelt und ausgebaut. Zum Beispiel wurden Gremien wie der Arbeitsschutzausschuss gebildet, der in regelmäßigen Sitzungen Maßnahmen definiert, evaluiert und anpasst. Zudem wurden an den einzelnen Standorten Koordinatorinnen und Koordinatoren ernannt, die bei der Umsetzung von betrieblichen und gesundheitsfördernden Maßnahmen unterstützen. Durch den Aufbau standardisierter Prozesse werden die Mitarbeitenden bei der Beantragung spezifischer Arbeitsmittel unterstützt. Zudem wurden zentrale Schnittstellen geschaffen, um übergreifend mit den verantwortlichen Akteurinnen und Akteuren zum Employee Assistance Program (EAP) sowie zu Arbeitsschutz und Betrieblichem Eingliederungsmanagement (BEM) in Austausch zu kommen.

In unserem Gesundheitsmanagement legen wir folgende Schwerpunkte, die hauptsächlich der Prävention dienen:

- Unser Facility Management führt regelmäßige Gefährdungsanalysen in den Gebäuden an unseren Standorten sowie Brandschutzübungen inklusive Gebäudeevakuierung durch.
- Für die arbeitsmedizinische Betreuung arbeiten wir mit Arbeitsmedizinern zusammen. Da viele unserer Mitarbeitenden überwiegend im Sitzen arbeiten, werden die Arbeitsplätze regelmäßig überprüft, angepasst und bei Bedarf Sitzarbeitsplätze durch höhenverstellbare Schreibtische ersetzt. Bei der Einrichtung neuer Gebäude achten wir vor allem in Besprechungsbereichen auf räumliche Bedingungen für Steh- und Sitzmöglichkeiten. Darüber hinaus gibt es verschiedene Ergonomie-Angebote wie Blogbeiträge, Gesundheitsvideos oder pdf-Dateien zum

Download mit Empfehlungen zu ergonomischem Arbeiten und zu Ausgleichsübungen. Mit Anti-Stress-Trainings sowie der Vermittlung einer ausgleichenden und deeskalierenden Gesprächsführung möchten wir darüber hinaus z. B. die Belastung unserer Mitarbeitenden in den Call-Centern reduzieren.

- Zusätzlich bieten wir an allen Standorten professionelle gesundheitsfördernde Maßnahmen und Unterstützungsangebote an, die durch externe Dienstleister durchgeführt werden. Hierzu zählen Gripeschutzimpfungen, arbeitsmedizinische Betreuung und Vorsorgeuntersuchungen sowie Angebote zur Entspannung und Bewegung wie z.B. Yoga- und Rückenfit-Gesundheitskurse. **GRI 403-6**
- Angepasst an die Situation der COVID-19-Pandemie wurden neue, insbesondere virtuelle Formate zur Gesundheitsförderung entwickelt und implementiert. Beispielsweise wurden die Gesundheitskurse, die aufgrund der Kontaktbeschränkungen im Unternehmen pausieren mussten, in digitaler Form angeboten. Außerdem wurde in Kooperation mit der BARMER eine virtuelle Gesundheitswoche als Alternative zum Gesundheitstag vor Ort durchgeführt. Als Alternative zu den Firmenläufen wurde mit der „B2Mission 2021“ eine App-gesteuerte Lauf- und Bewegungs-Challenge angeboten. Zudem wurde „B2Fit 2021“ pilotiert, ein digitales Programm zu Gesundheitsthemen wie Bewegung, Ernährung, Resilienz und Schlaf, welches die Mitarbeitenden dabei unterstützen soll, langfristig einen gesünderen Lebensstil anzunehmen und das Wohlbefinden zu steigern. Neben dem Spaß an der Herausforderung zielten die Aktionen darauf ab, die Mitarbeitenden dazu zu motivieren, auch in Zeiten von COVID-19 gesund und fit zu bleiben. Gleichzeitig sollte damit der Gemeinschaftsgedanke gefördert werden. Ein Corona-Gesundheitsportal im Intranet dient außerdem dazu, den Mitarbeitenden einen guten Überblick und schnellen Zugriff auf relevante Web-Seminare/-Kurse, weitere „Hilfe-zur-Selbsthilfe-Angebote“ und wichtige firmeninterne Informationen zu geben. **GRI 403-4**
- Damit sich Berufs- und Privatleben auch in herausfordernden Situationen gut miteinander vereinbaren lassen, unterstützt 1&1 alle Mitarbeitenden mit einem EAP in Kooperation mit einem externen und unabhängigen Familienservice. Die Ansprechpersonen des Dienstleisters sind rund um die Uhr telefonisch erreichbar und stehen für eine vertrauliche Beratung zu drei Kernthemen zur Verfügung: Elternberatung/Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen sowie persönliche Ausnahmesituationen. Die Unterstützungsangebote zum Themenschwerpunkt „Elternberatung/Kinderbetreuung“ erstrecken sich z. B. von der Beratung zum Elterngeld über die Vermittlung von altersgerechter Ferienbetreuung bis hin zur Schulberatung und Notbetreuung. Bei der „Pflege von Angehörigen“ werden unter anderem die Finanzierung von Pflege und weitere Hintergrundinformationen zu diesem Thema adressiert sowie die Vermittlung von Haushalts- oder Einkaufshilfen übernommen. Auch in persönlichen Ausnahmesituationen wie Stress, Krankheit, Sucht oder bei finanziellen Notlagen unterstützt der Familienservice unsere Mitarbeitenden durch Präventions- sowie Unterstützungsangebote z. B. durch Remote-Bera- **GRI 403-4**

tung, Trainings zur Stärkung der Resilienz, Achtsamkeits- und Entspannungskurse, psychotherapeutische Notfall- oder Krisenbetreuung sowie die Vermittlung medizinischer Hilfe, Therapeuten oder Kliniken in Akutsituationen. In regelmäßigen Abständen werden die Mitarbeitenden durch Beiträge im Intranet über den Service und weitere gesundheitsbezogene Maßnahmen informiert.

Im Jahr 2022 soll der Fokus im Betrieblichen Gesundheitsmanagement auf dem weiteren strategischen Ausbau der Angebote, Maßnahmen und der Gesundheitskommunikation liegen. Unter anderem sollen im Zuge eines Kommunikationskonzeptes das Gesundheitsportal und die interne Kommunikation durch den Aufbau von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren weiterentwickelt werden. Die geplante Implementierung eines Logos im Corporate Design und strategische Einbindung in die Kanäle soll die Sichtbarkeit des BGM stärken. Zudem sind hybride Formate zur Gesundheitsförderung in Planung, um durch die Kombination von Präsenz- und Online-Angeboten die Vorteile beider Formate für die Mitarbeitenden zu nutzen und etwaigen Pandemiebedingten Ausfällen von Präsenzveranstaltungen entgegenzuwirken.

Arbeitssicherheit

Unter Berücksichtigung der berufsgenossenschaftlichen und staatlichen Vorschriften und Regeln werden jährliche Sicherheitsbegehungen mit Expertinnen und Experten der BAD GmbH an allen Standorten durchgeführt. Die Auswertung und Umsetzung behördlicher Berichte und die Durchführung einer zentralen Arbeitsschutzausschusssitzung sowie Sitzungen an Standorten mit einer erhöhten Anzahl an Mitarbeitenden finden ebenfalls statt. Im Rahmen eines Weiterentwicklungsprozesses befindet sich der Arbeitsschutz auf Grundlage der staatlichen und berufsgenossenschaftlichen Vorschriften und Regeln in kontinuierlicher Entwicklung.

Abwesenheit in Zahlen

Die beschriebenen Maßnahmen haben das Ziel, die Zahl belastungsbedingter Abwesenheiten und Unfälle am Arbeitsplatz zu senken. Auch zukünftig möchten wir die Ursachen für Abwesenheiten und Unfälle mit unserem Arbeitsmediziner analysieren, um gegebenenfalls weitere Maßnahmen ableiten zu können.

GRI 403-2
GRI 403-9
GRI 403-10

Abwesenheit	2021	2020	2019 ⁽¹⁾
Krankheitsbedingte Abwesenheit (Quote in %)	5,9	5,6	7,1
Anzahl Unfallmeldungen	15	13	6
davon Wegeunfälle in %	6,7	15,3	16,7

(1) Angaben beziehen sich auf die Stammmitarbeitenden der 1&1 Gruppe zum 31. Dezember.

Klima- und Umweltschutz

Managementansatz

Wesentlichkeit, Auswirkungen und Risiken

Als eines der führenden Telekommunikationsunternehmen in Deutschland verstehen wir uns als Brückenbauer in eine gute, nachhaltige digitale Zukunft. Es ist unser Anspruch, Energie und Ressourcen bestmöglich zu schonen, unsere Energieeffizienz kontinuierlich zu steigern und so einen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Klima zu leisten. Unser Angebot von Telekommunikations- und Internetdiensten fußt auf dem Betrieb von Mobilfunknetzen und Rechenzentren sowie dem Vertrieb von Hardware. Um diese Dienste sicherstellen zu können nutzen wir firmeneigene sowie angemietete Rechenzentren, darunter zum großen Teil die Rechenzentren der zum United Internet Konzern gehörenden Schwestergesellschaft IONOS. Für die Nutzung des Glasfasernetzes beziehen wir außerdem Leistungen über die zum United Internet Konzern gehörende Schwestergesellschaft 1&1 Versatel. Durch das Anbieten von Produkten und Dienstleistungen, die über Rechenzentren und Mobilfunknetze laufen, resultiert ein hoher Energieverbrauch. Dieser Energieverbrauch und die daraus resultierenden CO₂-Emissionen wirken sich auf die Umwelt und das Klima aus. Im Konzern selbst tragen zu unserem Energieverbrauch insbesondere die eigenen Rechenzentren, der Strom für die Bürogebäude, der Kraftstoff für die Fahrzeuge, das Material vor allem in der Logistik sowie die eigene Nutzung von IT-Hardware bei. Absehbar wird unser eigener Energieverbrauch auch aufgrund des Aufbaus des eigenen 5G-Netzes weiter steigen.

Wesentliche Umweltauswirkungen resultieren zudem aus unseren weiteren Geschäftsbeziehungen, insbesondere aus der Nutzung der Mobilfunk- und Festnetze unserer Geschäftspartner und dem damit verbundenen Energieverbrauch. Weiterhin entstehen ökologische Auswirkungen durch Energie- und Ressourcennutzung sowie mögliche Umweltbelastungen entlang der Wertschöpfungskette der Endgeräte bzw. Produkte, die wir Kundinnen und Kunden anbieten (vor allem Smartphones, Tablets und Router) – von der Herstellung über den Versand an Kundinnen und Kunden bis zu ihrer Entsorgung.

GRI 103-1
GRI 201-2



Siehe „Kundenbelange und Produktverantwortung“, S. 28

Wir möchten
effizient mit
Ressourcen umgehen
und einen Beitrag
zum Klimaschutz
leisten.



Siehe „Corporate Digital Responsibility“, S. 38

Sowohl im eigenen Geschäft als auch mit Blick auf Produkte und Geschäftsbeziehungen ist die Rolle der Digitalisierung als „Enabler“ für mehr Klimaschutz hervorzuheben.¹⁰ Voraussetzung für einen solchen positiven Effekt ist, dass der zusätzliche Energiebedarf nicht durch fossile, sondern durch erneuerbare Energie gedeckt wird, denn sonst würde die Nutzung von digitalen Technologien, Algorithmen, Blockchain und Co. mit einem wachsenden CO₂-Fußabdruck einhergehen. Zudem wird erwartet, dass neue Technologien energieeffizienter gestaltet werden. So benötigt beispielsweise der neue Mobilfunkstandard 5G weniger Strom als vorherige Netzlösungen. Smart-Home-Lösungen ermöglichen zudem eine energieeffizientere Gestaltung des eigenen Zuhauses.

Umwelt- und Klimaschutz sind für zahlreiche Stakeholder relevant. Das zeigt sich auf gesamtgesellschaftlicher Ebene, z. B. durch die „Fridays for Future“-Bewegung. Es zeigt sich auch bei unseren Mitarbeitenden, die sich an vielen Stellen in ihrem Arbeitsalltag für Umweltschutz interessieren. Auf politischer Ebene wird das Thema verstärkt aufgegriffen, z. B. in Form des deutschen Klimaschutzprogramms und der CO₂-Bepreisung, durch das Pariser Übereinkommen und die UN-Klimakonferenzen (COP). Investorinnen und Investoren sowie Analystinnen und Analysten haben das Thema zunehmend bei der Auswahl ihrer Investments im Blick, und Kundinnen und Kunden legen beispielsweise bei Cloud-Produkten Wert auf die Nutzung grünen Stroms, wie es bei IONOS der Fall ist.

Physische Risiken durch den Klimawandel, wie steigende Temperaturen und zunehmende Extrem- und Unwetter, die die Infrastruktur der Mobilfunknetze beispielsweise beschädigen können, haben mittelbaren Einfluss auf 1&1. Als Energieverbraucher ist das Unternehmen angehalten, den Ausstoß von CO₂ zu verringern. Andernfalls können Markt- oder Reputationsrisiken auftreten. Weiterhin sind politische und technologische Risiken zu beachten, die aus der Aktualität des Klimathemas verstärkt resultieren können, etwa durch strengere Gesetze, die nur mit entsprechendem Aufwand umgesetzt werden können und steigende Energiepreise mit sich bringen. Diese können einen negativen Einfluss auf unsere Profitabilität haben, wenn wir uns nicht rechtzeitig mit nachhaltigen Alternativen zur Energieversorgung auseinandersetzen. Werden die Erwartungen der verschiedenen Stakeholder nicht erfüllt, kann dies negative Auswirkungen auf unsere Reputation oder unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung nach sich ziehen, umgekehrt kann eine positive Positionierung Chancen bieten.¹¹

¹⁰ Z. B. Bitkom-Beitrag, 18. März 2021.

¹¹ Unabhängig von der dargestellten Wesentlichkeit von Klima- und Umweltschutz wird in den EU-Leitlinien empfohlen, über das Klimathema auch dann zu berichten, wenn es nur aus einer der beiden Perspektiven („ökologisch und sozial“ oder „finanziell“) wesentlich sein sollte.

Ziele und Maßnahmen

Zweck des Managementansatzes ist es, den effizienten Umgang mit Ressourcen zu fördern, wodurch wir Kosten sparen und einen Beitrag zum Klimaschutz leisten können. Gerade mit Blick auf den Energieverbrauch haben wir das Ziel einer ständigen Effizienzsteigerung der Infrastruktur, insbesondere der Rechenzentren. Zwar wäre auch eine Reduzierung des absoluten Verbrauchs wünschenswert, jedoch ist dies aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung der Wirtschaft und Gesellschaft kein realistisches Ziel – weder für Rechenzentren, die sich als „Rückgrat“ digitaler Anwendungen einem wachsenden Bedarf gegenübersehen, noch für das von uns genutzte Glasfasernetz, das als mit Abstand leistungsfähigste Übertragungstechnik besonders gefragt ist.



GRI 103-2

Ergebnisse und Beurteilung

In allen relevanten Bereichen wird der Energieverbrauch gemessen und, wo sinnvoll, auch relativ betrachtet, etwa pro Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter oder relativ zum Umsatz, um z. B. Wachstumseffekte zu berücksichtigen. Auf Basis dieser und weiterer Daten möchten wir künftig eine CO₂-Bilanz erstellen, die die wesentlichen Treibhausgas-Emissionsquellen („hot-spots“) zunehmend vollständig abbildet und beziffert. Details lassen sich den folgenden Abschnitten entnehmen.

GRI 103-3

Beitrag zu den SDGs

	<p>Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen</p>
	<p>Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen</p>

Energieverbrauch

GRI 302
GRI 302-1
GRI 302-3
GRI 302-4
GRI 305
GRI 305-1
GRI 305-2
GRI 305-3

Die Nutzung der Netzinfrastruktur und der Serverkapazität von Rechenzentren ist notwendig, damit wir unseren Kundinnen und Kunden unsere Internet- und Telekommunikationsdienste bereitstellen können. Gleichzeitig ist ihr Betrieb Hauptgrund des durch 1&1 verursachten Energieverbrauchs. Da 1&1 bislang kein eigenes Mobilfunk- oder Festnetz betreibt und die relevanten Daten von unseren Geschäftspartnern bislang nicht im Detail vorliegen, konzentrieren wir uns im Folgenden auf die Darstellung unseres eigenen Energieverbrauchs. Details zu den Angaben in der folgenden Übersichtstabelle lassen sich den jeweiligen Abschnitten entnehmen.

Energieverbrauch	2021	2020	2019
Stromverbrauch Bürogebäude und eigene Rechenzentren in MWh ¹	4.050,3	3.300,8	3.520,8
Wärmeenergieverbrauch (Erdgas) in MWh	2.895,7	2.650,9	2.416,3
Benzinverbrauch in MWh	198,2	143,1	115,2
Dieserverbrauch in MWh	2.484,0	2.907,7	4.770,4
Summe Kraftstoffverbrauch in MWh⁽²⁾	2.682,2	3.050,8	4.885,6
Summe Energieverbrauch in MWh	9.628,2	9.002,5	10.822,7
Umsatz in Mio. €	3.909,7	3.786,8	3.674,9
Energieintensität (Energieverbrauch in Relation zum Umsatz) in Wh/€	2,5	2,4	2,9

(1) Der Anstieg in den Stromverbräuchen der Bürogebäude im Berichtsjahr 2021 ist auf die Ausweitung in der Datenerhebung durch die Aufnahme zusätzlicher Standorte zurückzuführen.

(2) Umrechnungsfaktoren/Heizwerte: Benzin: 8,5 kWh/l; Diesel: 9,7 kWh/l. Der Rückgang des Kraftstoffverbrauchs im Jahr 2020 und 2021 ist auf die Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie sowie eine neu eingeführte Homeoffice-Richtlinie im Unternehmen zurückzuführen.

Stromverbrauch in den Rechenzentren

Um die Leistungen für unsere Kundinnen und Kunden so sicher und zuverlässig wie möglich zu gestalten, sind die Server von 1&1 als redundantes System organisiert und zeichnen sich durch umfangreiche Speicher- und Sicherungsfunktionen aus. Darüber hinaus werden die von uns genutzten Hochleistungsrechenzentren der Schwestergesellschaft IONOS georedundant betrieben. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass weder Stromausfälle noch Umwelteinflüsse den Betrieb der Applikationen einschränken. So haben unsere Kundinnen und Kunden ungehinderten und dauerhaften Zugriff darauf. Dieses Mehr an Sicherheit geht mit einem erhöhten Stromverbrauch einher, dem durch den Einsatz erneuerbarer Energien und die ständige Steigerung der Energieeffizienz begegnet wird.

Energieverbrauch durch unsere Bürogebäude

Unsere Bürogebäude wurden im Berichtsjahr zu einem signifikanten Anteil mit zertifiziertem Ökostrom versorgt, wodurch die potenziellen Umweltauswirkungen vermindert wurden.

Energieverbrauch und CO ₂ -Emissionen Bürogebäude	2021	2020	2019
Stromverbrauch in MWh ⁽¹⁾	4.050,3	3.300,8	3.520,8
Wärmeenergieverbrauch (Erdgas) in MWh ⁽²⁾	2.895,7	2.650,9	2.416,3
Summe Energieverbrauch in MWh	6.946,0	5.951,7	5.937,1
CO ₂ -Äquivalente aus Stromverbrauch in Tonnen (Scope 2) ³	0,0	414,8	443,3
CO ₂ -Äquivalente aus Wärmeenergieverbrauch in Tonnen (Scope 1)	376,4	540,1	493,6
Summe CO₂-Äquivalente in Tonnen⁽⁴⁾	376,4	954,9	936,9

(1) Angaben beziehen sich auf die Büroräume und die zugehörige Infrastruktur der 1&1 Standorte in Maintal, Krefeld, Dresden, Nürnberg und Münster sowie München, die direkt vom Versorger beliefert werden. Die Angaben beinhalten auch den Stromverbrauch für die 1&1 Rechenzentren (wird bislang nicht getrennt ausgewiesen). Angaben lagen zum Redaktionsschluss des Berichts noch nicht vollständig vor. Der Anstieg in den Stromverbräuchen ist auf die Ausweitung der einbezogenen Standorte (1&1 Logistik GmbH) zurückzuführen. Der Anteil für die 1&1 Telecommunication SE wurde näherungsweise anhand des Anteils der Mitarbeitenden ermittelt, da diese Angaben nur innerhalb einer Gesamtauswertung für den United Internet Konzern vorliegen.

(2) Angaben beziehen sich auf den Standort Montabaur inklusive des Logistikzentrums und auf den 1&1 Standort in Maintal. Angaben lagen zum Redaktionsschluss des Berichts noch nicht vollständig vor. Der Anteil für die 1&1 Telecommunication SE wurde näherungsweise anhand des Anteils der Mitarbeitenden ermittelt, da diese Angaben nur innerhalb einer Gesamtauswertung für den United Internet Konzern vorliegen.

(3) Die Reduktion der CO₂-Äquivalente im Berichtsjahr 2021 ist auf die Umstellung auf Ökostrom der Bürogebäude der Drillisch und IQ optimize Software AG zurückzuführen.

(4) Errechnet anhand der Angaben der Versorger zum CO₂-Ausstoß pro Kilowattstunde, der Umrechnungsfaktoren von DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs UK) 2019, 2020 und 2021 sowie der Angaben des Umweltbundesamts zum CO₂-Ausstoß pro Kilowattstunde des deutschen Strommix (2019: 474 Gramm; 2020: 401 Gramm; 2021: 366 Gramm); zum Teil Nutzung von Ökostrom, woraus keine CO₂-Emissionen resultieren.

Materialverbrauch und Logistik

GRI 301

Als Zugangs- und Applikations-Anbieter nutzen wir für unsere Geschäftstätigkeit mit „physischen“ Produkten insbesondere elektronische Geräte bzw. Hardware. Die Applikationen werden von uns oder in Kooperation mit Partnerfirmen entwickelt und in unseren eigenen bzw. den von uns genutzten Rechenzentren der Schwestergesellschaft IONOS betrieben, während wir unseren Kundinnen und Kunden vorrangig Hardware der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) in Form von Endgeräten – insbesondere Smartphones und Router, Tablets, Laptops, Surf-Hardware und Zubehör – in Verbindung mit Tarifen zur Nutzung unserer Mobilfunk- und Breitbanddienste zur Verfügung stellen. Zudem nutzen unsere Mitarbeitenden zur Erledigung ihrer Aufgaben IT-Hardware.

Kunden-Hardware

Entsorgung von Endgeräten

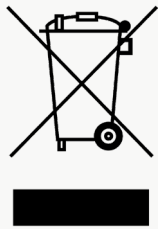
GRI 417-1



„Annahmestellen 1&1“
und z. B. „smartmo-
bil.de“

Smartphones, Router und andere Endgeräte, die wir unseren Kundinnen und Kunden zur Verfügung stellen, können Bestandteile beinhalten, die nicht über den Hausmüll entsorgt werden dürfen. Es ist unsere Aufgabe, Verantwortung für den gesamten Lebenszyklus dieser Produkte zu übernehmen und die Materialien nach ihrer Gebrauchsphase fachgerecht zu recyceln, damit durch die Abfälle keine Schadstoffe in die Umwelt gelangen. Mit dem Partner und spezialisierten Dienstleister Interseroh haben wir einen Entsorgungsvertrag für die umweltschonende Entsorgung der von uns in Umlauf gebrachten Geräte geschlossen. Bei jeder Auslieferung informieren wir unsere Kundinnen und Kunden über die fachgerechte Entsorgung ihrer Mobil- und Festnetz-Hardware und weisen auf unserer Website auf Annahmestellen von Interseroh hin. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass jede Kundin und jeder Kunde die Möglichkeit hat, ihr oder sein Altgerät dem Wiederaufbereitungs- bzw. Entsorgungskreislauf zuzuführen.

Laut Branchenverband Bitkom befanden sich in Deutschland im Jahr 2021 rund 206 Mio. Alt-Handys bzw. -Smartphones im Umlauf, die nicht mehr genutzt wurden, obwohl sie noch funktionstüchtig waren oder wiederverwertet werden könnten. Eine funktionierende Kreislaufwirtschaft setzt die Wiederverwendung oder fachgerechte Verwertung solcher Geräte voraus, um wertvolle Rohstoffe wie Edelmetalle und seltene Erden aus diesen Geräten zurückzugewinnen zu können.



Umgang mit Altgeräten

Altgeräte sowie alle im Lieferumfang enthaltenen Elektronikteile dürfen gemäß europäischen Richtlinien und dem deutschen Elektro- und Elektronikgerätegesetz (ElektroG) nicht über den Hausmüll entsorgt werden und sind zum Zwecke der Wiederverwendung fachgerecht zu entsorgen. Ziel sind der Schutz von Umwelt und Gesundheit sowie die Schonung von Ressourcen.

Wiederverwendung von Kunden-Hardware

Bereits seit 2019 bieten wir in verschiedenen Drillisch Marken generalüberholte Geräte an. Im Jahr 2021 erfolgte dies über die Marken yourfone, winSIM, smartmobil.de, maXXim und galaxyexperte.de. Alle innerhalb von 30 Tagen retournierten Handys unserer Kundinnen und Kunden werden detailliert geprüft und auf Wiederverwertbarkeit getestet. Im Zuge dessen erfolgt eine Löschung aller auf dem Gerät befindlichen personalisierten Daten, eine interne Funktionsprüfung sowie eine Kontrolle auf Gebrauchsspuren. Befinden sich die Geräte in einem einwandfreien Zustand, werden sie gesäubert, aufpoliert und um fehlendes Zubehör ergänzt (Kopfhörer, Ladekabel etc.). Diese Geräte aus Rücksendungen werden im einwandfreien Zustand, komplett mit Zubehör, originalverpackt, qualitätsgeprüft und mit 24 Monaten Gewährleistung mit deutlichem Preisvorteil gegenüber Neugeräten angeboten. Neben den preislichen Vorteilen für die Kundinnen und Kunden schont dies wichtige Ressourcen, spart Lieferketten und sorgt somit für die Einsparung von CO₂-Emissionen. Die interne Aufbereitung von zurückgesendeten Geräten in größerem Maßstab wurde im Berichtsjahr 2021 in Form eines Regelprozesses für die Aufbereitung dieser Geräte eingeführt. Ein dediziertes Team trägt dafür die Verantwortung.

Die 1&1 Trade-In-Aktion, auch „1&1 Tauschprämie“ genannt, ist ein transparentes und kundenorientiertes Modell zur Rückgabe von gebrauchten Handys, Tablets und Notebooks. Innerhalb eines Jahres wurden seit Start der 1&1 Tauschprämie über 26.000 Altgeräte entgegengenommen und mittels 1&1 einem nachhaltigen Wiederverwertungsprozess zugeführt. 1&1 verknüpft das Ziel der Ressourcenschonung mit einem finanziellen Anreiz für die Kundin oder den Kunden. Bei Bestellung eines Neugeräts kann die Kundin oder der Kunde das alte Gerät gegen eine Prämie eintauschen. Je nach Gerät sind bis zu mehreren 100 € möglich. Die Tauschprämie wird der Kundin oder dem Kunden nach Erhalt des Altgerätes direkt auf das Bankkonto gutgeschrieben. Rund 5.200 kg an alten Elektrogeräten konnten wiederverwertet werden. Dadurch lassen sich wertvolle Ressourcen schonen und Abfall reduzieren.

Darüber hinaus hat 1&1 für die Produkte „Sofort-Start-Option“ und „Sofort-Online“ die kostenfreie Überlassung der benötigten Hardware 1&1 LTE-Antenne während der Nutzungsdauer eingeführt. Dadurch muss die benötigte Hardware bei Vertragsabschluss von der Kundin oder dem Kunden nicht mehr gekauft werden. Vielmehr schicken sie die Hardware nach der Nutzung einfach kostenfrei an 1&1 zurück. Dort wird das Gerät geprüft und gegebenenfalls aufgearbeitet, um es den nächsten Kundinnen und Kunden wieder zur Verfügung zu stellen. Hierdurch wird pro Jahr eine sechsstellige Anzahl an neu zu produzierenden Geräten vermieden, was wiederum wertvolle Ressourcen schont und den Abfall noch funktionsfähiger Hardware enorm reduziert.

Hardware in Rechenzentren und Bürogebäuden

GRI 102-12
GRI 301-1

Um intern genutzte Server und Netzwerkgeräte umweltgerecht zu verwerten, übergeben die 1&1 Telecommunication SE und ihre Tochtergesellschaften ausgediente Altgeräte seit mittlerweile elf Jahren an den Recyclingspezialisten AfB gmbH. Dort werden sie dem fachgerechten Recycling zugeführt oder zur Weiterverwendung aufbereitet. Dies verlängert die Lebensdauer der Hardware und schont Ressourcen. AfB ist ein Inklusionsunternehmen, das nach eigenen Angaben aktuell zu ca. 45 % Menschen mit Behinderung beschäftigt. Damit geben wir unsere Hardware nicht nur in die Hände von Umwelt- und Recyclingexperten, sondern stärken auch die Beschäftigungschancen für Menschen mit Behinderung.

GRI 305-3

In den vergangenen drei Jahren hat AfB folgende Mengen an IT-Altgeräten für 1&1 aufbereitet oder recycelt:

IT-Altgeräte ⁽¹⁾	Anzahl			Wiederverwendung nach Aufarbeitung in %			Rohstoffgewinnung durch Recycling in %		
	2021	2020 ⁽³⁾	2019	2021	2020	2019	2021	2020	2019
PC	89	364	311	73,8	87,6	87,4	26,2	12,4	12,6
Notebook	389	327	648	95,3	93,6	97,0	4,7	6,4	3,0
Tablet ⁽²⁾	7	24		52,9	23,5		47,1	76,5	
Flachbildschirm	143	502	410	60,8	72,6	45,0	39,2	27,4	55,0
Mobilgerät	192	261	296	47,8	30,8	44,2	52,2	69,2	55,8
Server	203	270	404	20,0	50,0	42,0	80,0	50,0	58,0
Drucker	8	8	2	27,8	64,7	0,0	72,2	35,3	100,0

(1) Angaben beziehen sich auf die 1&1 Telecommunication SE und ihre Tochtergesellschaften (näherungsweise ermittelt anhand des Anteils der Mitarbeitenden sowie des Leistungsanteils an den Rechenzentren der 1&1 IONOS, da Angaben nur innerhalb einer Gesamtauswertung für den United Internet Konzern vorliegen).

(2) Im Berichtsjahr 2020 wurde die Kategorie „Tablet“ von der AfB separat ausgewiesen. In den vergangenen Jahren waren diese Geräte der Kategorie "Flachbildschirm" zugerechnet, daher können für die Vorjahre keine Zahlen angegeben werden.

(3) Die Werte für 2020 wurden nachträglich angepasst.

2021 konnten wir AfB 57,3 Tonnen (2020: 76,7 Tonnen; 2019: 87,7 Tonnen) Hardware übergeben, wodurch wir zur Einsparung von 162,2 Tonnen¹² (2020: 432,8 Tonnen; 2019: 70,2 Tonnen) CO₂-Äquivalenten beigetragen haben¹³.

Logistik und (Um-) Verpackungen

Teil unserer Geschäftstätigkeit ist es, unseren Kundinnen und Kunden Produkte wie Smartphones und Router zur Nutzung unserer Leistungen bereitzustellen. Diese Aufgabe erledigt unser unternehmenseigenes Logistikzentrum in Montabaur für sämtliche Marken der 1&1 Gruppe. Für Schutz und Versand dieser Produkte werden (Um-)Verpackungs- und Informationsmaterialien benötigt. Zudem versenden wir beispielsweise Zugangsdaten aus Sicherheitsgründen auf dem Postweg. Das (Um-) Verpackungsmaterial, das wir nutzen, besteht zum größten Teil aus Papier, Pappe und Kartonagen (PPK) mit einem hohen Recycling-Anteil von 75-80 %. Unser Anspruch ist es, kontinuierlich unseren Materialeinsatz zu optimieren, indem wir beispielsweise Versandverpackungen reduzieren.

Materialverbrauch für Versendungen

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Gesamtanzahl der Versendungen von Briefen und Paketen des Logistikzentrums um rund 5,7 % gesunken (2021: 6,4 Mio.; 2020: 6,0 Mio.; 2019: 6,9 Mio.). Gleichzeitig konnte seit 2019 der Verbrauch von Verpackungsmaterial (Kunststoff sowie PPK) reduziert werden. Grund hierfür ist vor allem eine Gesetzesänderung aus dem Jahr 2019.

GRI 301-1
GRI 305-3

Die Menge der bei Versand und Verkauf anfallenden (Um-)Verpackungen berichten wir jährlich an unseren Entsorgungspartner sowie parallel an das Verpackungsregister LUCID, eine Internetplattform der Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister (ZSVR). Durch die Umsetzung des neuen Verpackungsgesetzes (VerpackG) hat sich das Verfahren seit dem Jahr 2019 geändert: Wer systembeteiligungspflichtige Verpackungen erstmals gewerbsmäßig in Deutschland in den Verkehr bringt („Erstinverkehrbringer“), hat sich bei LUCID zu registrieren und die Verpackungsmengen zu melden. Durch die Gesetzesänderung gilt die 1&1 Logistik nun für weniger Verpackungsmaterial als „Erstinverkehrbringer“ als zuvor. Stattdessen hat der Hersteller selbst häufiger die Gebühren für die Verpackung zu tragen und die Mengen zu melden.

¹² Mit der Aktualisierung der Ökobilanzstudie entsprechen die ausgewiesenen Umweltwirkungen nun dem neusten Stand und umfassen zudem weitere IT-Gerätearten sowie mobile Endgeräte. Dadurch lassen sich diese Werte nicht mit den Vorjahreszahlen vergleichen.

¹³ Näherungswerte ermittelt anhand des Mitarbeiteranteils der 1&1 Telecommunication SE und ihrer Tochterunternehmen.

Im Ergebnis fiel in der 1&1 Logistik im Jahr 2021 kein nennenswerter Kunststoff-Anteil an. Auch der Verbrauch an PPK wurde von 432,69 Tonnen im Jahr 2020 auf 430,02 Tonnen im Jahr 2021 reduziert. Die Menge des benötigten Materials hängt auch davon ab, ob z. B. verhältnismäßig mehr Endgeräte oder SIM-Karten verschickt werden, und kann daher über die Jahre variieren.

Verpackungsmaterial⁽¹⁾	2021	2020	2019
Verbrauch von Papier, Pappe und Kartonagen (PPK) gesamt in Tonnen	430,0	432,7	458,1
Verbrauch von Kunststoff gesamt in Tonnen	0,0	0,0	0,5
Anzahl Versendungen in Mio. Stück	6,4	6,0	6,9
Menge an PPK pro Sendung in Gramm	67,4	71,8	70,4
Menge an Kunststoff pro Sendung in Gramm	0,0	0,0	0,1
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen ⁽²⁾ (Scope 3)	9,2	9,2	10,4

(1) Angaben beziehen sich auf die gesamte 1&1 Gruppe.

(2) Errechnet anhand der Umrechnungsfaktoren von DEFRA 2019, 2020 und 2021.

Der Versand von SIM-Karten der Drillisch-Online-Marken erfolgt über recycelte Briefumschläge, die mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ gekennzeichnet sind.

Durch das Recycling von (Um-)Verpackungsmaterialien durch unsere Dienstleister Landbell AG und „Duales System Deutschland GmbH – Der Grüne Punkt“ konnten im Jahr 2020 umgerechnet 223,7 Tonnen (2019: 223,3 Tonnen) CO₂-Emissionen eingespart werden¹⁴.

Weiterhin versuchen wir in unserer Logistik, die Nutzung von Versandmaterial in Servicefällen zu reduzieren, z. B. wenn einer Kundin oder einem Kunden ein fehlerhaftes Gerät ersetzt wird. Beim Austausch von Leihgeräten erhalten die Kundinnen und Kunden das neue Gerät über einen ausgewählten Paketzusteller, der den Austausch der Geräte direkt vor Ort vornimmt. Dabei wird das neue Gerät in einer speziell für diesen Zweck entwickelten Mehrweg-Versandpackung zugestellt, in der das ausgetauschte Altgerät direkt zurückgesendet werden kann. Diese Methode reduziert nicht nur Materialaufwand, sondern spart der Kundin oder dem Kunden auch Zeit.

Zudem haben wir im Jahr 2020 unser Retouren-Management erweitert, was im Berichtsjahr mit baulichen Veränderungen der Arbeitsumgebung und Optimierung der Arbeitsplätze weiter professionalisiert worden ist.

¹⁴ Zum Redaktionsschluss des Berichts lagen die entsprechenden Angaben für das Berichtsjahr noch nicht vor. Im Jahr 2019 sind nur die Daten der Landbell AG enthalten.

Emissionen durch Versandwege

GRI 305-3

Mit Blick auf eine zunehmend vollständige Erfassung der durch uns verursachten Treibhausgasemissionen nehmen wir auch die Versandwege in den Blick, die mit unserer Logistik im Zusammenhang stehen.

Die Pakete für unsere Kundinnen und Kunden werden von verschiedenen Logistikdienstleistern (unter anderem DHL, Hermes, GLS) zum Versand abgeholt. Einer internen Schätzung zufolge sind für unsere Paketsendungen im Jahr 2021 insgesamt rund 809,84 Mio. km zurückgelegt worden (2020: 886,32 Mio. km; 2019: 875,38 Mio. km). Das entspricht einem Rückgang von 76,48 Mio. km im Vergleich zum Vorjahr. Basierend auf den Angaben und Schätzungen der Logistikdienstleister sind dabei Treibhausgasemissionen in Höhe von ungefähr 1.422,4 Tonnen (2020: 1.695,2 Tonnen; 2019: 1.904,0 Tonnen)¹⁵ entstanden. Diese Emissionen sind zwar nicht durch unser Unternehmen selbst entstanden, sind aber das Ergebnis unserer Geschäftstätigkeit und somit Teil unserer Scope-3-Emissionen¹⁶.

Versandwege	2021	2020	2019
Zurückgelegte Kilometer für Paketsendungen in Mio. ⁽¹⁾	809,8	886,3	875,4
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen ⁽²⁾ (Scope 3)	1.422,39	1.695,24	1.904,02

(1) Schätzwert auf Basis der Entfernungen der Zielorte vom Logistikzentrum Montabaur; nicht berücksichtigt wurden vorgelagerte Fahrten zu Umschlagdepots, Umwege, eventuell Mehrfachanfahrten und Retouren; zum Teil wurde mit Mittelwerten gerechnet.

(2) Werte basieren auf den Angaben und Schätzungen unserer Logistikdienstleistungsunternehmen. Sie werden nach „Well-to-Wheel“ (WTW) ausgewiesen. Die Zahlen für 2019 und 2020 wurden nachträglich im Berichtsjahr 2021 aufgrund einer Vereinheitlichung in der Datenerhebung der CO₂-Emissionen angepasst.

Darüber hinaus beziehen wir unsere Verpackungs- und Printmaterialien von lokalen Lieferanten, wodurch wir lange Transportwege vermeiden und CO₂-Emissionen einsparen können.

¹⁵ Die Zahlen für 2019 und 2020 wurden nachträglich im Berichtsjahr 2021 aufgrund einer Vereinheitlichung in der Datenerhebung der CO₂-Emissionen angepasst. Diese werden nach „Well-to-Wheel“ (WTW) ausgewiesen und beziehen sich auf die Angaben der Dienstleistungsunternehmen.

¹⁶ Nach dem Greenhouse Gas Protocol (2011) sind eingekaufte Transport- bzw. Verteilungsleistungen für verkaufte Produkte den vorgelagerten Scope-3-Emissionen (Kategorie 4) zuzurechnen.

Papierverbrauch

GRI 301-1
GRI 305-3

Die folgende Tabelle zeigt den Verbrauch an Papier in der 1&1 Gruppe. Die Angaben können zwischen den Jahren schwanken, da häufig einmal jährlich eine große Menge Papier bestellt und verteilt wird. Wird z. B. zum Ende eines Jahres eine größere Menge bestellt, so verringert dies die Bestellmenge im Folgejahr. Zudem wird das in einem Jahr bestellte Papier nicht vollständig im selben Jahr verbraucht. Der überwiegende Anteil des Kopierpapiers, das im Konzern genutzt wird, trägt das „EU Ecolabel“, mit dem Produkte und Dienstleistungen gekennzeichnet werden, die geringere Umweltauswirkungen haben als vergleichbare Produkte. Ein Teil trägt das FSC-Siegel, das für eine nachhaltige Holzwirtschaft steht.

Papierverbrauch ⁽¹⁾	2021	2020	2019
Papierverbrauch gesamt in Tonnen	1.035,0	1.354,5	1.623,3
Papierverbrauch pro Mitarbeitendem ⁽²⁾ in Kilogramm	264,5	358,9	411,2
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen ⁽³⁾ (Scope 3)	858,5	1.123,4	1.479,5

(1) Angaben beziehen sich auf die gesamte 1&1 Gruppe.

(2) Rechnerischer Durchschnittswert; Angaben beziehen sich auf die Mitarbeitenden der unter (1) genannten Gesellschaften. Der Wert für 2020 wurde nachträglich angepasst.

(3) Näherungswert errechnet anhand der Umrechnungsfaktoren von DEFRA 2019, 2020 und 2021.

Mobilität der Mitarbeitenden

Umweltbewusster Umgang mit Dienstreisen und Kraftstoff

Die Verteilung der Unternehmensgruppe auf mehrere Standorte in Deutschland stellt hohe Anforderungen an die Mitarbeitermobilität. Durch die Reisetätigkeit unserer Mitarbeitenden entstehen CO₂-Emissionen.

GRI 302-1
GRI 305-1
GRI 305-2
GRI 305-3

Unser Anspruch ist es, unsere reisebedingten Emissionen zu reduzieren, sowohl durch die Vermeidung von Dienstreisen als auch durch die Nutzung klimaneutraler Reismöglichkeiten wie Bahnfahrten.

Die Dienstleistungen im Bereich Mitarbeitermobilität werden von den Einkaufsbereichen der United Internet Corporate Services GmbH in Zusammenarbeit mit den Personalbereichen erbracht. Die Verantwortlichkeit reicht vom Dienstreisemanagement über das Monitoring des Fuhrparks bis hin zur Gestaltung der Rahmenbedingungen für die Vergabe und Nutzung von Dienstwagen.

Für klimaschonende Mobilität haben wir folgende Maßnahmen ergriffen:

- **Vermeidung von Dienstreisen**

Durch die Ausstattung unserer Besprechungsräume mit Technik für Telefon- und Videokonferenzen können viele Dienstreisen vermieden werden. Zudem verbessert die Nutzung von Instant-Messaging-Diensten den internen Austausch und kann dabei helfen, Standortreisen weiter zu reduzieren.

- **Klimafreundliches Reisen**

Im Rahmen des Genehmigungsprozesses wird darauf hingewiesen, dass unsere Mitarbeitenden die Bahn als bevorzugtes Reisemittel nutzen. Entsprechende Langstrecken können damit klimaneutral zurückgelegt werden. Darüber hinaus können sich Mitarbeitende in einer Mitfahrzentrale im Intranet für gemeinsame Wege zusammenschließen.

- **Dienstwagenflotte**

Mit unserer Dienstwagenregelung grenzen wir die Umweltauswirkungen unserer Flotte ein, indem wir beispielsweise die wählbare Motorisierung beschränken. Zudem schauen wir uns laufend auf dem Markt um, um unsere Flotte sowohl in ökologischer als auch ökonomischer Hinsicht aktuell zu halten. Dabei prüfen wir auch den Einsatz alternativer Technologien, immer mit dem Anspruch, sowohl ökonomisch als auch ökologisch tragbare Entscheidungen zu treffen. Im

Berichtsjahr haben wir zudem für alle ab dem Jahr 2021 neuangeschafften Fahrzeuge eine Begrenzung des CO₂-Ausstoßes auf 160 g/km pro Fahrzeug nach NEFZ eingeführt sowie die Anschaffung von Elektro-Fahrzeugen ermöglicht.

- **Dienstrad-Leasing**

Seit Juni 2020 bieten wir bei 1&1 ein Dienstrad-Leasing an. Mitarbeitende können über das Leasing Fahrräder über monatliche Nutzungsraten vergünstigt nutzen und leisten aktiv einen Beitrag zum Umweltschutz und einer verbesserten Verkehrssituation, wenn sie diese unter anderem auf dem Weg zur Arbeit nutzen. Das Angebot wurde seitens der Mitarbeitenden gut angenommen.

- **Papierlose Reisekostenabrechnung**

Seit 2019 haben wir in der 1&1 Telecommunication SE und ihren Tochtergesellschaften einen Prozess für eine papierlose Reisekostenabrechnung eingeführt, der zugleich eine gesteigerte Transparenz über alternative Reisemittel und die Reisekosten ermöglicht.

Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen

Für den Einsatz von Miet- und Dienstwagen arbeiten wir mit externen Partnern zusammen. Diese geben uns regelmäßig Auskunft über die Nutzung unseres Fuhrparks und werten Tankkarten aus, sodass wir die Entwicklung des Kraftstoffverbrauchs und den damit verbundenen Ausstoß von Treibhausgas- bzw. CO₂-Emissionen überwachen können. Die Flugreisen werden von Reiseveranstaltern organisiert, die uns ebenfalls regelmäßig Auskunft, unter anderem über die CO₂-Emissionen erteilen. Von der Deutschen Bahn erhalten wir eine jährliche Umweltbilanz.

Im Berichtsjahr 2021 haben unsere Mitarbeitenden über 4,3 Mio. Kilometer (2020: 5,7 Mio. km; 2019: 12,2 Mio. km¹⁷) zurückgelegt und dabei CO₂-Emissionen in Höhe von 778,3 Tonnen (2020: 921,1 Tonnen; 2019: 1.751,6 Tonnen¹⁸) verursacht. Die folgenden Tabellen zeigen die Reisetätigkeit im Konzern im Detail.

¹⁷ Wert wurde nachträglich im Berichtsjahr 2020 angepasst.

¹⁸ Wert wurde nachträglich im Berichtsjahr 2020 angepasst.

Bahnreisen⁽¹⁾	2021	2020⁽³⁾	2019
Gefahrene Personenkilometer (Pkm) im Fernverkehr	317.005	836.333	2.576.816
Gefahrene Pkm im Fernverkehr pro Mitarbeitendem ⁽²⁾	100,0	262,1	814,7
CO ₂ -Äquivalente aus Fernverkehr in Tonnen (Scope 3)	0	0	0
Gefahrene Pkm im Nahverkehr	27.776	74.748	213.210
CO ₂ -Äquivalente aus Nahverkehr in Tonnen (Scope 3)	0	0	11,7
Anteil der klimaneutral zurückgelegten Bahnstrecken in %	100,0	100,0	92,4

- (1) Angaben beziehen sich auf die gesamte 1&1 Gruppe und sind den sogenannten „Umweltbilanzen“ der Deutschen Bahn entnommen, wobei der Anteil für die 1&1 Telecommunication SE näherungsweise anhand des Anteils der Mitarbeitenden ermittelt wurde, da diese Angaben nur innerhalb einer Gesamtauswertung für den United Internet Konzern vorliegen; für Drillisch liegt eine gesonderte "Umweltbilanz" vor.
- (2) Angaben beziehen sich auf die Mitarbeitenden der unter (1) genannten Gesellschaften.
- (3) Der Rückgang der Zahlen in den Jahren 2020 und 2021 ist auf die Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Zudem hat die Deutsche Bahn im Geschäftsjahr 2020 Fahrten mit 100 % Ökostrom im Nahverkehr eingeführt, wodurch eine klimaneutrale Fortbewegung möglich wurde.

Mietwagen⁽¹⁾	2021	2020⁽⁵⁾	2019
Verbrauchte Menge Kraftstoff (Benzin und Diesel) in Litern ⁽²⁾	12.325,0	19.039,9	57.800,8
Kraftstoffverbrauch pro Mitarbeitendem in Litern ⁽³⁾	5,5	6,0	18,3
Gefahrene Kilometer gesamt	166.554	257.296	781.092
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen ⁽⁴⁾ (Scope 3)	23,6	35,2	113,2

- (1) Angaben beziehen sich auf die 1&1 AG und ihre Tochtergesellschaften.
- (2) Errechnet anhand der Angaben des Umweltbundesamts zum durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von Pkw und Kombi auf 100 km: 7,4 l.
- (3) Angaben beziehen sich auf die Mitarbeitenden der unter (1) genannten Gesellschaften; 2019: 3.163; 2020: 3.191; 2021: 3.167.
- (4) Angaben beruhen auf den Daten der Dienstleistungsunternehmen.
- (5) Der Rückgang der Zahlen in den Jahren 2020 und 2021 ist auf die Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Die Zahlen für 2020 wurden nachträglich angepasst.

Dienstwagen⁽¹⁾	2021⁽⁵⁾	2020⁽⁵⁾	2019
Verbrauchte Menge Kraftstoff (Benzin und Diesel) in Litern	279.403	316.602	505.349
Kraftstoffverbrauch pro Dienstwagen in Litern ⁽²⁾	1.214,8	1.486,4	2.307,5
Gefahrene Kilometer gesamt ⁽³⁾	3.730.403	4.560.813	7.741.490
Gefahrene Kilometer pro Dienstwagen	16.219	21.412	35.349
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen ⁽⁴⁾ (Scope 1)	730,9	829,2	1.327,5

- (1) Angaben beziehen sich auf die 1&1 Gruppe; zum Teil sind auch Langzeitmietwagen sowie Betankungen von Mietwagen enthalten.
- (2) Anzahl Kfz im Anlagebestand zum Stichtag 31. Dezember des jeweiligen Berichtsjahres; 2019: 219; 2020: 213; 2021: 230; der Bestand an Kfz im Jahresverlauf kann abweichen.
- (3) Angaben basieren auf manuellen Eingaben der Nutzerinnen und Nutzer beim Tanken.
- (4) Angaben beruhen zum Teil auf den Daten der Dienstleistungsunternehmen, zum Teil auf Berechnungen anhand der Umrechnungsfaktoren von DEFRA 2019, 2020 und 2021.
- (5) Der Rückgang der Zahlen in den Jahren 2020 und 2021 ist auf die Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie zurückzuführen.

Flugreisen⁽¹⁾	2021	2020⁽⁵⁾	2019
Verbrauchte Menge Kerosin in Litern ⁽²⁾	3.433,9	5.841,9	40.805,8
Kerosinverbrauch pro Mitarbeitendem in Litern ⁽³⁾	1,5	2,2	15,4
Geflogene Kilometer gesamt	59.911,0	164.559,7	1.139.826,9
CO ₂ -Äquivalente in Tonnen ⁽⁴⁾ (Scope 3)	23,9	56,6	328,7

(1) Angaben beziehen sich auf die 1&1 Telecommunication SE und ihre Tochtergesellschaften.

(2) Errechnet anhand der Angaben des Bundesverbands der deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) zum durchschnittlichen Kerosinverbrauch pro Passagier und 100 km; 2019: 3,58 l; 2020: 3,55 l; 2021: 3,56 l.

(3) Angaben beziehen sich auf die Mitarbeitenden der unter (1) genannten Gesellschaften; 2019: 3.163; 2020: 3.191; 2021: 3.167.

(4) Angaben beruhen auf den Daten der Reiseveranstaltungsunternehmen.

(5) Der Rückgang der Zahlen in den Jahren 2020 und 2021 ist auf die Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie zurückzuführen.

1&1 als Geschäftspartner

Managementansatz

Wesentlichkeit, Auswirkungen und Risiken

Mit Geschäftsaktivitäten ausschließlich in Deutschland unterliegt 1&1 hohen Standards und Normen mit Blick auf den Schutz von Umwelt- und Arbeitnehmer- sowie der Einhaltung von Menschenrechten. Gleichzeitig nehmen die Erwartungen zu, diese auf hohem Niveau verankerten Standards auch zur Grundlage der Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Zulieferern zu machen. Dies fordert neben Rahmenwerken wie den UN SDGs und den GRI-Standards unter anderem die deutsche Bundesregierung mit dem Nationalen Aktionsplan zur Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte („NAP“)¹⁹ sowie das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, das 2021 beschlossen wurde. Neben Konsumentinnen und Konsumenten, zivilgesellschaftlichen Akteuren und Medien legen auch Investorinnen und Investoren sowie Analystinnen und Analysten vermehrt ihr Augenmerk auf das Thema „Wertschöpfungskette“.

Prinzipiell sind in unserer Liefer- bzw. Wertschöpfungskette die gleichen Themen relevant wie in unserem eigenen Geschäft. Das sind Themen, die Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie und dieses Berichts sind, etwa Klima- und Umweltschutz oder Menschenrechte. Dabei umfassen Menschenrechte nicht nur sehr grundlegende Rechte wie Leben, Freiheit und Gleichheit, sondern auch zahlreiche Aspekte aus dem Bereich Arbeit, etwa das Verbot von Diskriminierung, das Recht auf Erholung, sowie aus dem Bereich Internet und „digitaler Raum“ etwa Meinungs- und Informationsfreiheit sowie Schutz der Privatsphäre.

Mit Blick auf Geschäftspartnerschaften und Lieferbeziehungen gilt grundsätzlich, dass inländische Unternehmen den gleichen strengen gesetzlichen Vorgaben unterliegen wie 1&1 selbst. Zudem bewegen wir uns im Bereich Telekommunikation zumeist in einem regulierten Markt und viele Zulieferer haben darüber hinaus Selbstverpflichtungen installiert. Bei der inländischen Wertschöpfung ist daher von einem sehr geringen Risiko von z. B. Kinder- oder Zwangsarbeit auszugehen. Jedoch können sich solche Risiken aufgrund der rechtlichen, politischen oder gesellschaftlichen Rahmenbedingungen im Ausland anders darstellen.

GRI 103-1



Siehe „Online-Publikation des NAP“



Siehe „1&1 als Arbeitgeber“, S. 54 sowie „Corporate Digital Responsibility“, S. 38

Wir möchten durch starke und faire Partnerschaften mit unseren Geschäftspartnern gemeinsam Wert schöpfen.

¹⁹ Laut dem NAP sind nur wenige Staaten „wirtschaftlich so stark international verflochten wie die Bundesrepublik Deutschland“ (S. 4).

Darüber hinaus kann die spezifische Tätigkeit eines Geschäftspartners weitere relevante Themen mit sich bringen, je nachdem, bis zu welcher Tiefe der Wertschöpfungskette eine Betrachtung erfolgt. Dementsprechend können indirekt weitere Stakeholder von unserem Verhalten als Geschäftspartner betroffen sein, etwa die Mitarbeitenden der Geschäftspartner und deren Zulieferfirmen, Anwohnerinnen und Anwohner an Produktionsstandorten sowie von möglichen Umweltauswirkungen betroffene Personen oder Gruppen.

Die verlässliche Zusammenarbeit mit Vorleistern und Geschäftspartnern ist wesentlich für 1&1. So sind etwa die Zusammenarbeit mit spezialisierten Kooperations- und Outsourcing-Partnern sowie der Bezug von Vorleistungen entscheidend für unseren Unternehmenserfolg. Neben einer Vorabprüfung des jeweiligen Partners ist der enge partnerschaftliche Austausch, welcher mit einer persönlich stattfindenden Betreuung einhergeht, Basis einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Die Integrität unserer Geschäftspartner ist für uns auch deshalb essenziell, weil negative Vorfälle auf 1&1 abstrahlen könnten (Markt- und Reputationsrisiken). Darüber hinaus sind Sorgfaltspflichten in der Wertschöpfungskette von aktuellem, politischem Interesse (siehe oben), woraus politische und rechtliche Risiken resultieren können.

Ziele und Maßnahmen

GRI 103-2

Zweck des Managementansatzes ist es, durch starke und faire Partnerschaften mit unseren Geschäftspartnern gemeinsam Wert zu schöpfen. Einerseits möchten wir etwa Haftungs- und Reputationsrisiken vermeiden, die aus Geschäftsbeziehungen erwachsen können, andererseits das Vertrauen für langfristige Partnerschaften aufbauen und die gemeinsame Übernahme von Verantwortung stärken.



Siehe „Geschäftspartner-Kodex“

Relevante Richtlinien sind dabei unser Verhaltenskodex und insbesondere der Verhaltenskodex für Geschäftspartner („Geschäftspartner-Kodex“). Letzterer ist ein wichtiger Baustein für die Einhaltung compliance-relevanter Sorgfaltspflichten und stellt eine wesentliche Maßnahme zur Reduzierung von Compliance-Risiken innerhalb der Wertschöpfungskette dar. Der Kodex definiert auf Basis unserer Unternehmenswerte soziale und ökologische Mindeststandards und macht Vorgaben zu deren Einhaltung. Die vertragliche Einbindung des Geschäftspartner-Kodex ist durch Aufnahme in die „Allgemeinen Einkaufsbedingungen“ der United Internet Corporate Services GmbH erfolgt, die vielfältige Einkaufs- und Beschaffungsleistungen für die 1&1 Gruppe erbringt.



Siehe „Allgemeine Einkaufsbedingungen“

Vorleistungen im wesentlichen Umfang werden insbesondere in Form von Netzleistungen und Endgeräten bezogen. Die Bereiche, die mit der Beschaffung dieser Vorleistungen betraut sind, verstehen sich auch als „Partnermanager“. Sie stellen sicher, dass die Produkte und Leistungen qualitativ hochwertig und zukunftssicher sind und führen verlässliche Geschäftsbeziehungen auf Basis eines Vertrauensverhältnisses. Das „Carrier Management“ steuert und koordiniert ganzheitlich die Beziehungen zu den Telekommunikations (TK)-Vorleistungspartnern, sowohl für „Fixed Network“ (Festnetz) als auch für „MBA MVNO & National Roaming“ (Mobilfunk). Der Hardware-Einkauf von Produkten und Endgeräten der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) für unsere Kundinnen und Kunden erfolgt über das „Partner Account Management Access“ für Festnetz und Mobilfunk. Verantwortlich sind der Vorstand für „Produktmanagement Access“ bzw. die Vorstände bei Versatel und 1&1 Mobilfunk. Darüber hinaus gibt es spezielle Bereiche, die z. B. das Outsourcing von Customer-Care-Leistungen koordinieren.



Carrier: Netzbetreiber

Ergebnisse und Beurteilung

Das Mapping unserer Wertschöpfungskette befindet sich derzeit im Aufbau. Sobald wir dieses Thema anhand aussagekräftiger Kennzahlen darstellen können, wird es in den Nachhaltigkeitsbericht aufgenommen.

GRI 103-3

Beitrag zu den SDGs



Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen

Darstellung der Liefer- bzw. Wertschöpfungskette

GRI 102-9

1&1 bietet seinen Kundinnen und Kunden ein umfassendes Portfolio an individuell zugeschnittenen Dienstleistungen und Produkten aus dem Bereich mobiler Sprach- und Datendienste sowie Festnetzanschlüsse (Breitband), darunter reine Mobilfunk- und Breitband-Produkte sowie attraktive Bundle-Produkte mit verschiedenen Produktergänzungen. In jedem Bereich unserer Wertschöpfungskette sehen wir es als unsere Aufgabe an, die Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft zu betrachten.

Die Liefer- bzw. Wertschöpfungskette der 1&1 Gruppe lässt sich vereinfacht wie folgt darstellen:



Vorgelagert


Aus der vorgelagerten Wertschöpfungskette²⁰ bezieht 1&1 insbesondere Netzleistungen (Mobilfunk und Festnetz) und IKT-Produkte. Das Unternehmen nutzt sein Zugangsrecht zum Telefónica-Mobilfunknetz und bezieht zudem Festnetzleistungen von der zum Konzernverbund von United Internet gehörenden 1&1 Versatel sowie von weiteren Vorleistungsanbietern. Zudem bezieht das Unternehmen Endgeräte wie Smartphones und Router von internationalen Herstellern. Diese Vorleistungen beruhen zum Teil wiederum auf einer mehrstufigen vorgelagerten Wertschöpfungskette, die sich bis zur Gewinnung der Rohstoffe erstreckt. Weiterhin bezieht 1&1 Leistungen spezialisierter Kooperations- und Outsourcing-Partner. Zusammen machen diese Positionen den Hauptteil des Einkaufsvolumens aus. Insgesamt haben wir im Jahr 2021 von unseren Geschäftspartnern umsatzrelevante Leistungen und Waren im Wert von rund 2,5 Mrd. € (2020: 2,7 Mrd. €; 2019: 2,5 Mrd. €) bezogen. Der Bezug von Vorleistungen stellt entsprechend hohe Anforderungen an die Geschäftsbeziehungen.

²⁰ Die vorgelagerte Wertschöpfungskette umfasst erworbene Güter und Leistungen bis zum Punkt des Empfangs durch das berichtende Unternehmen (Greenhouse Gas Protocol, 2011).

Die Netzleistungen und IKT-Produkte sind vor allem mit Blick auf ökologische Auswirkungen zu betrachten, da mit dem Betrieb von Netzen ein hoher Energie- und Ressourcenverbrauch einhergeht. In geringerem Umfang gilt das z. B. auch für Domains, für deren Bereitstellung ebenfalls Energie und die zugrundeliegende Hardware benötigt werden.

Auch Server oder Endgeräte wie Smartphones und Tablets haben ökologische Auswirkungen, die insbesondere mit Blick auf die elektronischen Bauteile bis zur Gewinnung der Rohstoffe relevant sein können. Hier gewinnt die gesellschaftliche Perspektive an Bedeutung, denn gerade der Abbau von Rohstoffen erfolgt häufig in Ländern, in denen sowohl Arbeitsbedingungen als auch Umweltschutz auf einem niedrigeren Niveau verankert sind als beispielsweise in Deutschland. Zudem kommt das Thema der sogenannten „Konfliktmineralien“ hinzu. Der Abbau von Mineralien wie Zinn, Tantal, Wolfram und Gold, die etwa in Smartphones eingesetzt werden, erfolgt mitunter in Zwangsarbeit oder trägt zur Finanzierung bewaffneter Konflikte bei. Dieses Risiko wird in unserem Geschäftspartner-Kodex adressiert.

GRI 308-2
GRI 414-2

 Siehe „Geschäftspartner-Kodex“, S. 99 ff.

Eigene Wertschöpfung



Im Fokus der eigenen Wertschöpfung von 1&1 stehen die Produktentwicklung und -veredelung, Marketing und Vertrieb sowie die Kundenbetreuung; zudem verfügt das Unternehmen über eine eigene Logistik. 1&1 erbringt viele Leistungen, die zum Kerngeschäft gehören und bei denen 1&1 einen Wettbewerbsvorteil besitzt, selbst. Dazu gehört zuvorderst die Informationstechnologie (IT). IT-Leistungen werden unter anderem von der IQ-optimize Software AG bezogen, einer 100 %igen Konzerntochter.

Hier sind das gesamte Know-how und die nötige Kompetenz konzentriert, die ein MBA MVNO für ein erfolgreiches Geschäft benötigt. Das Unternehmen ist darüber

hinaus auf der technischen Seite die Schnittstelle zu den Netzbetreibern, um die störungsfreie Nutzung für die 1&1 Kunden zu gewährleisten. So ist 1&1 von externen Dienstleistern unabhängig und kann kurzfristig und flexibel auf Anpassungsbedarf reagieren. Ergänzt werden die Leistungen der IQ-optimize durch die technische Infrastruktur der 1&1 Telecommunication SE. Hieraus ergeben sich mehrere Synergieeffekte, unter anderem der Wissensaustausch und die gemeinsame Anforderungsanalyse, eine stärkere Position durch die gemeinsame Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und das gemeinsame Auftreten gegenüber Lieferanten.

Die Abbildung zeigt eine Vergrößerung der blauen Box „Eigene Wertschöpfung“ der oben dargestellten Wertschöpfungskette. Unsere eigene Wertschöpfung – von der Produktentwicklung bis zur Kundenbetreuung – findet ausschließlich in Deutschland statt. Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft, etwa unser Energieverbrauch, die Auswirkungen durch Transport und Logistik oder unsere Verantwortung als Arbeitgeber, werden umfassend in den jeweiligen Kapiteln dieses Nachhaltigkeitsberichts behandelt.

Nachgelagert

Aufgrund des hohen Qualitätsanspruchs von 1&1 werden wichtige Teile der Wertschöpfungskette wie der Servicebetrieb für Kundinnen und Kunden sowohl von internen Mitarbeitenden als auch von externen Service-Dienstleistern realisiert, wobei die Ausbildung dieser Support-Mitarbeitenden zentral durch eine interne Unternehmenseinheit erfolgt. Nachgelagerte²¹ Aktivitäten sind von großer Relevanz, denn durch die vertragliche Bindung unserer Kundinnen und Kunden bestehen häufig langfristige Beziehungen, die dem Wachstum dienen können. Daher ist die Nutzungsphase unserer Produkte ein wesentlicher Teil unseres Geschäfts – auch aus Nachhaltigkeitssicht. Weitere Geschäftspartner der nachgelagerten Wertschöpfungskette sind Versanddienstleistungsunternehmen, die den Transport der Endgeräte zu den Kundinnen und Kunden übernehmen, sowie Partner für die Aufbereitung bzw. umweltschonende Entsorgung von Altgeräten.



Siehe „Maßnahmen und Instrumente im Bereich Call-Center-Dienstleister“, S. 101

Siehe „Kunden-Hardware“, S. 80 f., „Hardware in Rechenzentren und Bürogebäuden“, S. 82 f. sowie „Emissionen durch Versandwege“, S. 85 f.

Zu den Leistungen, mit denen wir spezialisierte Kooperations- und Outsourcing-Partner beauftragen, zählen Teile des Kundenservice und Vertriebs sowie der Versand unserer Produkte an Kundinnen und Kunden. Hierbei sind gesellschaftliche Auswirkungen in Form von Datenschutz und -sicherheit sowie Arbeitsbedingungen zu beachten, weshalb wir entsprechend hohe Anforderungen an unsere Dienstleistungsunternehmen stellen.

In diesem Zusammenhang sind auch Umweltthemen relevant. Durch die Transportfahrten der Dienstleistungsunternehmen werden Kraftstoff verbraucht und Treibhausgas-Emissionen freigesetzt. Zudem ist die umweltgerechte Entsorgung bzw. Wiederaufbereitung von ausgedienten Endgeräten und IT-Altgeräten ein relevanter Umweltfaktor, weshalb wir hier mit spezialisierten Partnerfirmen zusammenarbeiten.

²¹ Nachgelagerte Aktivitäten umfassen Güter und Leistungen nach deren Verkauf bzw. Absatz durch das berichtende Unternehmen und Übertragung der Kontrolle an eine andere Einheit oder Organisation.

Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern

Um zuverlässige und langfristige Beziehungen aufzubauen und gemeinschaftlich Verantwortung zu übernehmen, möchten wir unsere Geschäftspartner in die Übernahme von Verantwortung einbeziehen und dies zur Grundlage unserer Zusammenarbeit machen. Neben dem ohnehin bestehenden engen partnerschaftlichen und persönlichen Austausch mit den Geschäftspartnern gerade im Vorleistungsbereich haben wir mit unseren großen Geschäftspartnern für Smartphones und andere IKT-Geräte vertraglich vereinbart, dass ethische Grundsätze und Arbeitsnormen zu beachten sind. Unser Partnermanagement steht hier im engen Dialog mit unseren großen Vorleistern.

GRI 308-1

GRI 414-1

Übernahme menschenrechtlicher Sorgfalt

Der Nationale Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) formuliert die Erwartung an große Unternehmen, Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette zu übernehmen und aufbauend auf einer Risikoanalyse einen angemessenen Prozess unternehmerischer Sorgfalt für die Achtung der Menschenrechte aufzusetzen. Zu den fünf Kernelementen des NAP gehören:

GRI 414-2

- eine **Grundsatzklärung** zur Achtung der Menschenrechte (öffentliches Bekenntnis und Formulierung von Erwartungen an Mitarbeitende und Geschäftspartner)
- **Verfahren zur Ermittlung** tatsächlicher und potenziell nachteiliger Auswirkungen auf die Menschenrechte (im Zusammenhang mit den eigenen Aktivitäten, Lieferketten, Geschäftsbeziehungen usw.)
- Maßnahmen zur **Abwendung** potenziell negativer Auswirkungen und eine Überprüfung der **Wirksamkeit** dieser Maßnahmen
- **Berichterstattung** (über Sorgfaltsansatz und Wirksamkeit ergriffener Maßnahmen)
- ein **Beschwerdemechanismus** (Bereitstellen von bzw. Beteiligung an angemessenen Beschwerdekanälen, um Betroffenen Zugang zu Abhilfe zu ermöglichen)

Das neue Gesetz über unternehmerische Sorgfaltspflichten in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – LkSG) tritt am 01.01.2023 in Kraft. 1&1 hat bereits Maßnahmen eingerichtet, die auf die neuen, menschenrechtsbezogenen Sorgfaltspflichten einzahlen. Hierzu zählen z. B. prozessorientierte Präventionsmaßnahmen im eigenen Geschäftsbereich oder die Implementierung eines Beschwerdeverfahrens. Im Folgejahr wird 1&1 die neuen Sorgfaltspflichten mit den

bereits implementierten Maßnahmen abgleichen, gegebenenfalls neue Handlungsfelder ableiten und erforderlichenfalls neue Maßnahmen einführen.

Grundsatzerklärung



Siehe „[Vereinte Nationen](#)“



Siehe „[Leitprinzipien der Vereinten Nationen](#)“

Die Wahrung der Menschenrechte ist für 1&1 Bestandteil der Unternehmenskultur. Das Unternehmen bekennt sich zur „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen“. Um etwaigen nachteiligen menschenrechtlichen Auswirkungen zu begegnen, haben wir Maßnahmen zu ihrer Prävention, Milderung und Wiedergutmachung eingerichtet. Dabei orientiert sich 1&1 an den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der VN (UN Guiding Principles on Business and Human Rights). In unseren Unternehmenswerten und unserem Verhaltenskodex haben wir Prinzipien zur Achtung der Menschenrechte berücksichtigt.

Verfahren zur Ermittlung nachteiliger Auswirkungen und Beschwerdemechanismus

Zur frühzeitigen Identifikation nachteiliger Auswirkungen haben wir Beschwerdeverfahren in Form von vertraulichen Meldewegen eingerichtet. Mit zentralen und dezentralen Compliance-Managerinnen und -Managern sowie Vertrauenspersonen stellt das Unternehmen den Beschäftigten vertrauliche Anlaufstellen außerhalb des unmittelbaren Arbeitsumfelds zur Verfügung. Mit diesen Beschwerdemechanismen stellt 1&1 eine wirksame Ausübung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht sicher. 1&1 nimmt jede wahrgenommene Ungerechtigkeit sehr ernst. Übergeordnetes Ziel ist es, frühzeitig Kenntnis von Vorfällen zu erlangen und jede Beschwerde betreffend Menschenrechtsverletzungen aufzuklären. Im Geschäftsjahr 2021 gab es keine Hinweise auf Verstöße, die auf tatsächlich oder potenziell nachteilige menschenrechtliche Auswirkungen hindeuten.

Maßnahmen zur Abwendung, Wirksamkeitskontrolle und Berichterstattung

Innerhalb des 1&1 Konzerns bestehen nur sehr geringe Risiken für Menschenrechtsverletzungen. Alle Mitarbeitenden der 1&1 Gruppe sind in Deutschland beschäftigt und es wurden keine Menschenrechtsrisiken festgestellt.

In Bezug auf unsere Geschäftspartner betrachten wir die angemessene Ausgestaltung von Arbeitsbedingungen als grundsätzlich relevantes Thema, von der Entlohnung über die Arbeitszeiten bis zum Arbeitsschutz. Für die Erbringung von Einkaufs- und Beschaffungsleistungen hat die 1&1 Gruppe die United Internet Corporate Services GmbH beauftragt, die einen Geschäftspartner-Kodex eingeführt hat, der unter anderem bezüglich Menschenrechtsthemen Erwartungen an Geschäftspartner formuliert. Die Berichterstattung zur menschenrechtlichen Sorgfalt erfolgt vor allem im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts.

Geschäftspartner-Kodex

Der Geschäftspartner-Kodex definiert auf Basis unserer Unternehmenswerte soziale und ökologische Mindeststandards in den Feldern „Geschäftliche Integrität und Compliance“, „Menschen- und Arbeitsrechte“, „Gesundheit und Sicherheit“ sowie „Umwelt“. Der Kodex macht Vorgaben zur Einhaltung der Anforderungen und zeigt geeignete Wege für die Meldung von Hinweisen auf. So stellt 1&1 Mitarbeitenden des Geschäftspartners, die auf mögliche Verstöße gegen geltendes Recht oder den Geschäftspartner-Kodex hinweisen möchten, einen vertraulichen Meldeweg zur Verfügung. Zugleich haben Geschäftspartner sicherzustellen, dass ihre Mitarbeitenden diesen vertraulichen Meldeweg kennen und keine Repressalien befürchten müssen. Die vertragliche Einbindung des Geschäftspartner-Kodex ist durch Aufnahme in die „Allgemeinen Einkaufsbedingungen“ der United Internet Corporate Services GmbH erfolgt.

GRI 308

GRI 414



Siehe „Geschäftspartner-Kodex“

Geschäftliche Integrität und Compliance

Der Geschäftspartner-Kodex schreibt vor, dass Geschäftspartner durch angemessene Maßnahmen für die Einhaltung aller jeweils einschlägigen Gesetze, Vorschriften und Verordnungen zu sorgen haben (Compliance). Unzulässige Vorteile dürfen weder gefordert noch angeboten werden, Antikorruptionsgesetze und -Vorschriften sowie Wettbewerbs- und Kartellrechtsvorschriften sind einzuhalten und verhängte Sanktionen und Embargos zu beachten (Fairer Wettbewerb). Zudem sind durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen die Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Integrität aller übermittelten Informationen, insbesondere sensibler Unternehmensdaten und personenbezogener Daten, zu schützen (Informationssicherheit und Datenschutz).

Menschen- und Arbeitsrechte

Der Geschäftspartner-Kodex orientiert sich in Bezug auf Menschenrechte an den VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Er besagt, dass die Ergreifung angemessener Maßnahmen zur Prävention, Milderung und, bei Bedarf, Wiedergutmachung von nachteiligen menschenrechtlichen Auswirkungen erforderlich ist und formuliert diese Erwartung auch an Geschäftspartner.

GRI 408

GRI 408-1

GRI 409

GRI 409-1

GRI 414-2

Konkret beinhaltet der Geschäftspartner-Kodex Vorgaben zur Einhaltung von Arbeitszeitregelungen sowie Löhnen, Sozialleistungen und Arbeitszeiten (Stichwort „Mindestlohn“ in Deutschland). Zudem dürfen Geschäftspartner keinerlei Zwangs-, Gefangenens-, Sklaven- oder Pflichtarbeit verrichten lassen. Insbesondere bei der Beschaffung und Herstellung von Waren ist der Einsatz sogenannter Konfliktmineralien zu prüfen und zu unterbinden (Freiwillige Beschäftigung). Geschäftspartner dürfen keine Kinder unterhalb des von der International Labour



Siehe „ILO Conventions and Recommendations“

Organization (ILO) oder von nationalen Gesetzen festgelegten Mindestalters beschäftigen (keine Kinderarbeit). Darüber hinaus haben Geschäftspartner ein Arbeitsumfeld frei von psychischer, physischer, sexueller oder verbaler Misshandlung, Einschüchterung, Bedrohung oder Belästigung zu schaffen und sich in ihren Personalentscheidungen zur Chancengleichheit zu verpflichten. Diskriminierung aufgrund von Nationalität und Herkunft, ethnischer oder politischer Zugehörigkeit, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Identität ist verboten (Verbot der Diskriminierung).

Gesundheit und Sicherheit

Geschäftspartner haben für eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung Sorge zu tragen, um Unfällen und Krankheiten vorzubeugen. Dazu gehören unter anderem die regelmäßige Durchführung von Schulungen und die Bereitstellung geeigneter Schutzkleidung.

Umwelt

GRI 414-1

Geschäftspartner verpflichten sich, alle jeweils geltenden Umweltgesetze einzuhalten sowie einen schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen sicherzustellen. Geschäftspartner, deren Tätigkeiten signifikante Auswirkungen auf die Umwelt haben, sollen über ein effektives Umweltmanagement verfügen, das die negativen Auswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen auf die Umwelt verringert.

GRI 308-1

Umsetzung



Siehe [Allgemeine Einkaufsbedingungen](#)

Die vertragliche Einbindung des Geschäftspartner-Kodex ist durch Aufnahme in unsere „Allgemeinen Einkaufsbedingungen“ sichergestellt.

Maßnahmen und Instrumente im Bereich Call-Center Dienstleister

Durch den Ausbau von Meldewegen wird sichergestellt, dass Mitarbeitende aus den externen Call-Centern auf etwaige Betrugsfälle hinweisen können, die sie im Rahmen ihrer Support- und Vertriebstätigkeit beobachtet haben. 1&1 verfügt über eine systematische Überprüfung der angebundenen Outsourcing-Dienstleister in Form eines „Due Diligence Outsourcing“ (kurz: D.D.O.). Kern dieser Prüfung ist eine Selbstauskunft des Dienstleisters auf Basis themenspezifischer Fragenkataloge und eine sich anschließende Analyse und Bewertung durch 1&1.

Der Fokus dieser standardisierten Prüfung liegt auf der organisatorischen, finanziellen und rechtlichen Situation der unter Vertrag genommenen Outsourcing-Dienstleister. Auf diese Weise werden unter anderem Informationen zu Compliance und dem Internen Kontrollsystem (IKS) erfasst. Seit 2016 wird diese Prüfung in enger Abstimmung mit den outsourcenden Fachbereichen durchgeführt.

Zur Vermeidung von Betrug in den Bereichen Support und Vertrieb bei Outsourcing-Dienstleistern haben wir verbindliche Regeln definiert und mit unseren Partnern vereinbart. Zur Prüfung auffälliger Handlungen sowohl externer als auch interner Call-Center-Mitarbeitender haben wir eine interne Kontrollfunktion implementiert.

Die Prüfungsergebnisse werden in einem Prüfungsbericht dokumentiert und in Form von konkreten Maßnahmenempfehlungen unter anderem an die Bereiche Compliance und Legal sowie das Management adressiert, das die Verantwortung für die Umsetzung dieser Maßnahmen trägt. Im Geschäftsjahr 2021 wurden insgesamt acht Outsourcing-Dienstleister einer Prüfung unterzogen, sodass nach fünf Jahren seit Einführung der D.D.O. ein Großteil der angebundenen Call-Center überprüft werden konnte. Hierbei gab es keine wesentlichen Anhaltspunkte für negative Auswirkungen in Bezug auf die sozialen Aspekte Arbeitspraktiken, Menschenrechte und Compliance.

Zur Sicherstellung einer regelmäßigen Überprüfung unserer hohen Datenschutz- und Datensicherheitsanforderungen auch bei den eingesetzten Call-Center Dienstleistungsunternehmen wurden sechs Mitarbeitende zu Auditorinnen und Auditoren für diese Themengebiete weitergebildet. Diese werden in Zukunft, ergänzend zu den oben genannten D.D.O. Prüfungen, regelmäßige Vor-Ort Auditierungen der Dienstleistungsunternehmen durchführen. Pandemiebedingt konnten 2021 noch keine Vor-Ort-Auditierungen stattfinden. Sobald dies wieder möglich ist, ist pro Jahr und pro Dienstleistungsunternehmen mindestens eine regelmäßige Auditierung geplant. Hierzu sollen im 2-jährigen Rhythmus abwechselnd vollumfängliche Audits mit zwei Auditierenden sowie fokussierte Checklisten-Audits durchgeführt werden. Letztere sollen möglichst unangekündigt oder allenfalls kurzfristig angekündigt stattfinden.

Annex

GRI-Inhaltsindex und Angaben zum CSR-RUG

GRI 102-54
GRI 102-55

Der GRI-Inhaltsindex listet alle berichteten GRI-Angaben auf und verweist auf die jeweiligen Abschnitte im Bericht. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Alle GRI-Angaben beziehen sich auf die GRI-Standards 2016, lediglich der GRI 403 bezieht sich auf das Jahr 2018. Die themenspezifischen Angaben im zweiten Teil der Tabelle sind den Aspekten aus dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz zugeordnet.

GRI 102: Allgemeine Angaben

Nummer GRI-Angabe	Titel GRI-Angabe	Verweis auf Berichtsabschnitt/weitere Quellen, Anmerkungen	Seite
ORGANISATIONSPROFIL			
GRI 102-1	Name der Organisation	Unternehmensprofil	6
GRI 102-2	Geschäftstätigkeit, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Unternehmensprofil	6 ff.
GRI 102-3	Hauptsitz	Unternehmensprofil; Impressum	6 115
GRI 102-4	Standorte, an denen die Organisation tätig ist	Unternehmensprofil	6 ff.
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Unternehmensprofil, Eigentümerstruktur	7
GRI 102-6	Belieferte Märkte	Unternehmensprofil	6 ff.
GRI 102-7	Größe der Organisation	Unternehmensprofil; Personalstrategie und Organisation der Personalarbeit	6 ff. 56 ff.
GRI 102-8	Informationen über Beschäftigte und weitere Mitarbeiter	Personalstrategie und Organisation der Personalarbeit; Diversität und Chancengleichheit	56 ff. 67
GRI 102-9	Lieferkette	Darstellung der Liefer- bzw. Wertschöpfungskette; Menschen- und Arbeitsrechte	94 99 f.
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	Unternehmensprofil; "Grundlagen der Gesellschaft und des Konzerns" im Geschäftsbericht (GB)	9 ff.
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder -prinzip	Risikomanagement; Compliance und Korruptionsprävention; „Risiko-, Chancen- und Prognosebericht" (GB)	14 ff.
GRI 102-12	Externe Initiativen	Austausch mit Stakeholdern; 1&1 als Arbeitgeber (Fair Company Initiative; Diversity Days); Hardware in Rechenzentren und Bürogebäuden	22 64 82 f.
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	Austausch mit Stakeholdern	23 f.

STRATEGIE			
GRI 102-14	Stellungnahme des höchsten Entscheidungsträgers	Vorwort	4 f.
ETHIK UND INTEGRITÄT			
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	Unser Fundament für verantwortungsvolles Handeln; Compliance und Korruptionsprävention; Werte und Leitlinien; Werte und Unternehmenskultur	12 ff. 57 ff.
UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
GRI 102-18	Führungsstruktur	Unser Fundament für verantwortungsvolles Handeln Erklärung zur Unternehmensführung/Corporate Governance Bericht (GB)	12 f.
GRI 102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	Nachhaltigkeitsmanagement	22
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	Austausch mit Stakeholdern; Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen	22 f. 110
GRI 102-41	Kollektivvereinbarungen	Fairer Lohn	60 f.
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	Austausch mit Stakeholdern; Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen	22 f. 110
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Austausch mit Stakeholdern; Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen	22 f. 110
GRI 102-44	Wichtige Themen und vorgebrachte Anliegen	Wesentlichkeitsanalyse: Themen und Handlungsfelder; Austausch mit Stakeholdern; Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen	17 f. 22 f. 113 f.
VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG			
GRI 102-45	In den Konzernabschluss einbezogene Unternehmen	Über diesen Bericht: Berichtszeitraum, Berichtszyklus und Geltungsbereich	114 f.
GRI 102-46	Bestimmung der Berichtsinhalte und Themengrenzen	Wesentlichkeitsanalyse: Themen und Handlungsfelder; Austausch mit Stakeholdern; Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen	17 f. 109 f.
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	Wesentlichkeitsanalyse: Themen und Handlungsfelder	17 f.
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen	Neuerungen Darüber hinaus werden Neudarstellungen an den jeweiligen Stellen kenntlich gemacht.	16 f.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Neuerungen	16 f.
GRI 102-50	Berichtszeitraum	Über diesen Bericht: Berichtszeitraum, Berichtszyklus und Geltungsbereich	114 f.
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts	Über diesen Bericht: Berichtszeitraum, Berichtszyklus und Geltungsbereich	114 f.
GRI 102-52	Berichtszyklus	Über diesen Bericht: Berichtszeitraum, Berichtszyklus und Geltungsbereich	114 f.
GRI 102-53	Kontakt bei Fragen zum Bericht	Kontakt	116
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	GRI-Inhaltsindex	102 ff.
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	GRI-Inhaltsindex	102 ff.
GRI 102-56	Externe Prüfung	Über diesen Bericht: Aufstellung, Veröffentlichung und Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts	115

Themenspezifische Standards 2016 und 2018 (GRI 403) (GRI 200 – Ökonomie, GRI 300 – Ökologie, GRI 400 – Soziales) und Managementansätze (GRI 103)²²

Nummer GRI- Angabe	Titel GRI-Angabe	Verweis auf Berichtsabschnitt/weitere Quellen, Anmerkungen	Seite
SOZIALBELANGE			
GRI 103	Managementansatz	COMPLIANCE UND KORRUPTIONSPRÄVENTION	14 ff.
GRI 203	Indirekte ökonomische Auswirkungen		
GRI 203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	Unternehmensprofil; „Grundlagen der Gesellschaft und des Konzerns“ unter anderem in Kapiteln des Geschäftsberichts (GB)	6 ff.
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	Ausblick	9 f.
BEKÄMPFUNG VON KORRUPTION UND BESTECHUNG			
GRI 103	Managementansatz	COMPLIANCE UND KORRUPTIONSPRÄVENTION	14 ff.
GRI 205	Korruptionsbekämpfung		14 ff.
GRI 205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	Compliance und Korruptionsprävention	15 f.
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	Compliance und Korruptionsprävention	15 f.
UMWELTBELANGE			
GRI 103	Managementansatz	KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ	75 ff.
GRI 201	Wirtschaftliche Leistung		
GRI 201-2	Finanzielle Folgen sowie mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	Klima- und Umweltschutz	75 ff.
GRI 301	Materialien		
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht und Volumen	Materialverbrauch und Logistik: Hardware in Rechenzentren und Bürogebäuden; Materialverbrauch für Versendungen; Papierverbrauch	82 ff. 86 ff.
GRI 302	Energie		
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Energieverbrauch; Mobilität der Mitarbeitenden	78 ff. 87 ff.
GRI 302-3	Energieintensität	Energieverbrauch	78 ff.
GRI 302-4	Reduktion des Energieverbrauchs	Energieverbrauch	78 ff.
GRI 305	Emissionen		
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Energieverbrauch; Mobilität der Mitarbeitenden	78 ff. 87 ff.
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Energieverbrauch; Mobilität der Mitarbeitenden	78 ff. 87 ff.
GRI 305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Energieverbrauch; Materialverbrauch und Logistik: Hardware in Rechenzentren und Bürogebäuden; Materialverbrauch für Versendungen; Emissionen durch Versandwege; Papierverbrauch; Mobilität der Mitarbeitenden	78 ff. 87 ff.

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Umweltkriterien			
GRI 308		1&1 ALS GESCHÄFTSPARTNER	91 ff.
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern; Übernahme menschenrechtlicher Sorgfalt	97 ff. 100
GRI 308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette	95 f.
ARBEITNEHMERBELANGE			
GRI 103	Managementansatz	1&1 ALS ARBEITGEBER	54 ff.
GRI 401	Beschäftigung		
GRI 401-1	Neu eingestellte Mitarbeiter und Mitarbeiterfluktuation	Personalstrategie und Organisation der Personalarbeit; Diversität und Chancengleichheit	56 ff.
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		71 ff.
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Betriebliches Gesundheitsmanagement	72 ff.
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz; Betriebliches Gesundheitsmanagement; Abwesenheit in Zahlen	72 ff.
GRI 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	Betriebliches Gesundheitsmanagement	72 ff.
GRI 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Betriebliches Gesundheitsmanagement	73 f.
GRI 403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Betriebliches Gesundheitsmanagement	72 f.
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	Betriebliches Gesundheitsmanagement	73 f.
GRI 403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	Betriebliches Gesundheitsmanagement	72 f.
GRI 403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	Betriebliches Gesundheitsmanagement	72 f.
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	Abwesenheit in Zahlen	74
GRI 403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	Abwesenheit in Zahlen	74
GRI 404	Aus- und Weiterbildung		61 ff.
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Mitarbeiter	Aus- und Weiterbildung; Weiterbildung in Zahlen	63 ff.
GRI 404-2	Programme für Kompetenzmanagement und zur Übergangshilfe	Aus- und Weiterbildung; Entwicklung und Perspektiven; Wege für die eigene Entwicklung	61 f.
GRI 404-3	Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und beruflichen Entwicklung erhalten	Aus- und Weiterbildung; Entwicklung und Perspektiven	61 f.
GRI 405	Diversität und Chancengleichheit		65 ff.
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Mitarbeitern	Diversität in Vorstand und Aufsichtsrat Diversität und Chancengleichheit; Gender Equality; Diversity Days; Erklärung zur Unternehmensführung/ „Corporate Governance Bericht“ (GB)	12 65 ff.
GRI 405-2	Verhältnis der Vergütung von Frauen zur Vergütung von Männern	Fairer Lohn	60 f.

GRI 406	Nichtdiskriminierung		
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Diversität und Chancengleichheit	65 ff.
ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE			
GRI 103	Managementansatz	Compliance und Korruptionsprävention; 1&1 als Geschäftspartner	14 ff. 91 ff.
GRI 408	Kinderarbeit		
GRI 408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko von Kinderarbeit	Geschäftspartner-Kodex; Menschen- und Arbeitsrechte	95 f. 99 f.
GRI 409	Zwangs- oder Pflichtarbeit		
GRI 409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Geschäftspartner-Kodex; Menschen- und Arbeitsrechte	95 f. 99 f.
GRI 414	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich sozialer Kriterien		
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern; Übernahme menschenrechtlicher Sorgfalt	95 f. 99 f.
GRI 414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette; Übernahme menschenrechtlicher Sorgfalt; Geschäftspartner-Kodex	95 ff. 99
KUNDENBELANGE			
GRI 103	Managementansatz	KUNDENBELANGE UND PRODUKTVERANTWORTUNG; CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY	28 ff. 38 ff.
GRI 416	Kundengesundheit und -sicherheit	Verantwortung mit Blick auf die Gesundheit	35
GRI 416-1	Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit	Produktverantwortung	35 f.
GRI 417	Marketing und Kennzeichnung		
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	Maßnahmen zum Schutz von Informationen; Sicherheit im Online-Handel; Materialverbrauch und Logistik, insbesondere Kunden-Hardware	36 f. 47 f. 51 f. 80 f.
GRI 418	Schutz der Kundendaten		
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	Datenschutz bei 1&1 AG sicherstellen	42 f.

(1) Die Beschreibung der Managementansätze entsprechend GRI 103 beinhaltet jeweils die GRI-Standards 103-1, 103-2 und 103-3. Neben den GRI-Anforderungen haben wir bei der Beschreibung der Managementansätze die gesetzlichen Anforderungen an die Darstellung der in Bezug auf die nichtfinanziellen Aspekte verfolgten „Konzepte“ berücksichtigt.

Überblick zu den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

Bereich	Berichtsempfehlung	Kapitel/Abschnitt, Verweis
Governance	Governance klimarelevanter Risiken und Chancen	Managementansatz Klima- und Umweltschutz
Strategy	Tatsächliche und mögliche Auswirkungen klimabezogener Risiken und Chancen auf Geschäft(sfelder), Strategie und finanzielle Planung	Managementansatz Klima- und Umweltschutz
Risk Management	Wie klimabezogene Risiken identifiziert, bewertet und gemanagt werden	Managementansatz Klima- und Umweltschutz, Risikomanagement im GB
Metrics und Targets	Kennzahlen und Ziele um wesentliche klimabezogene Risiken und Chancen zu bewerten und zu managen	Kennzahlen im Kapitel Klima- und Umweltschutz

Über diesen Bericht

Dieser Nachhaltigkeitsbericht richtet sich an alle Stakeholder von 1&1. Dazu gehören insbesondere Aktionärinnen und Aktionäre bzw. Investorinnen und Investoren, Analystinnen und Analysten, Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende, Geschäftspartner sowie NGOs, Politikvertreterinnen und -vertreter sowie die interessierte Öffentlichkeit.

Berichtsstruktur, Methodik, Rahmenwerke

Dieser Nachhaltigkeitsbericht beinhaltet den nichtfinanziellen Konzernbericht von 1&1 gemäß dem „Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten“ (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, CSR-RUG) (§§ 315b und 315c i. V. m. 289c HGB). Der nichtfinanzielle Konzernbericht wird in diesem gesonderten nichtfinanziellen Bericht zusammengefasst.



Die im CSR-RUG geforderten Angaben zu Diversität sind in der [„Erklärung zur Unternehmensführung/ Corporate Governance Bericht“](#) zu finden

Der vorliegende Bericht enthält die gesetzlich geforderten sowie ergänzende Angaben zu den für 1&1 wesentlichen Aspekten „Umweltbelange“, „Arbeitnehmerbelange“, „Sozialbelange“, „Achtung der Menschenrechte“ sowie „Bekämpfung von Korruption und Bestechung“. Ergänzt werden diese im CSR-RUG als Mindestumfang genannten Aspekte durch „Kundenbelange“. Sie sind für 1&1 wesentlich und damit berichtspflichtig. Zu den Kundenbelangen zählen nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die für die Branche besonders relevanten Inhalte Informationssicherheit, Datenschutz sowie Digitalisierung im Allgemeinen. Daher werden diese Themen in dem eigenen Kapitel „Corporate Digital Responsibility“ dargestellt.

Bei der Berichtserstellung haben wir neben dem CSR-RUG auch die „Sustainability Reporting Standards“ der Global Reporting Initiative (GRI) angewendet, international anerkannte Leitlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten. Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Sowohl das CSR-RUG als auch die GRI-Standards erwarten eine Darstellung, wie die wesentlichen Themen und ihre Auswirkungen gemanagt werden, insbesondere die verbundenen Ziele und Maßnahmen sowie Verfahren zur Risikoeerkennung und -minderung. Während das CSR-RUG hier von „Konzept“ spricht, verwendet GRI den Begriff „Managementansatz“. Letzterer kommt in diesem Bericht zur Anwendung, da es unser Anspruch ist, einen GRI-konformen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen, der die nichtfinanziellen Erklärungen beinhaltet. Die Managementansätze in diesem Bericht umfassen daher die Konzepte nach CSR-RUG. Zudem haben wir die Leitlinien für die Berichterstattung über nichtfinanzielle Informationen der Europäischen Kommission herangezogen, die sich auf die dem CSR-RUG zugrundeliegende EU-Richtlinie 2014/95/EU zur Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch große kapitalmarktorientierte Unternehmen und Gruppen beziehen.

Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Themen

Bei der Festlegung der Berichtsinhalte haben wir das Wesentlichkeitsprinzip zugrunde gelegt und die Erwartungen unserer Stakeholder einbezogen. Zur Bestimmung der wesentlichen Themen sind die Anforderungen der GRI-Standards, des CSR-RUG und der oben genannten EU-Leitlinien maßgeblich gewesen. Dabei haben wir die GRI-Prinzipien „Einbindung von Stakeholdern“, „Nachhaltigkeitskontext“, „Wesentlichkeit“ und „Vollständigkeit“ beachtet.

GRI 102-46

Wesentlichkeitsverständnis

Da diesen Rahmenwerken unterschiedliche Verständnisse von „Wesentlichkeit“ zugrunde liegen, wurden in der Analyse mehrere Perspektiven berücksichtigt (siehe auch Abbildung).

Um einen Nachhaltigkeitsbericht in Übereinstimmung mit den GRI-Standards zu erstellen, sind die wesentlichen Themen anhand der folgenden zwei Dimensionen zu bestimmen:

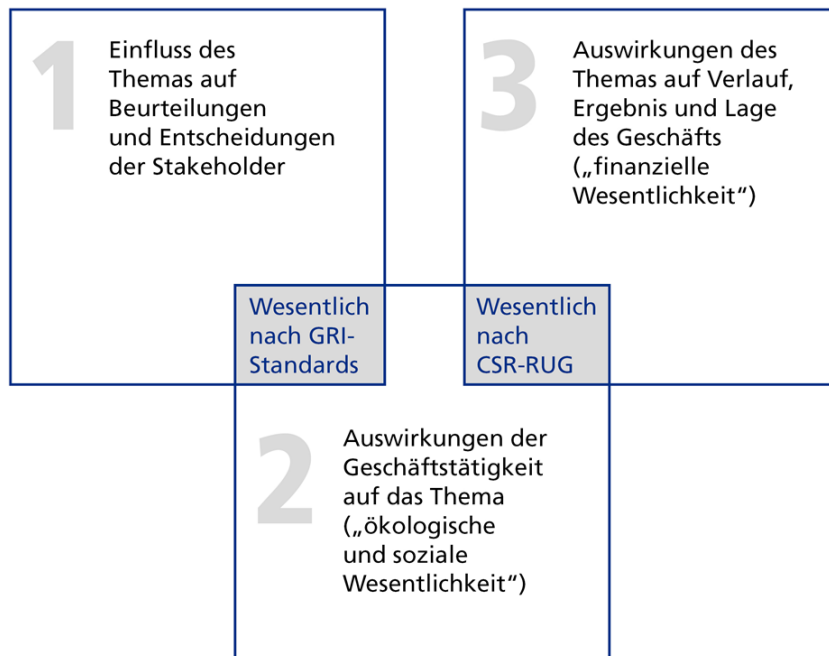
- Einfluss des Themas auf Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder und/oder
- Bedeutung der wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit

Nach dem CSR-RUG sowie den EU-Leitlinien sind zu den nichtfinanziellen Aspekten Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, Korruption und Bestechung sowie Menschenrechte mindestens diejenigen Angaben zu machen, die für das Verständnis

- von Verlauf, Ergebnis und Lage des Geschäfts des Unternehmens sowie
- der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die genannten Aspekte

erforderlich sind. Aufgrund der Kombination aus finanzieller Wesentlichkeit auf der einen Seite sowie ökologischer und sozialer Wesentlichkeit auf der anderen Seite wird hier von einer „doppelten Wesentlichkeit“ gesprochen.

Wesentlichkeitsverständnis der GRI-Standards und des CSR-RUG



Übersetzung in Kriterien zur Wesentlichkeitsbestimmung

Um beiden Verständnissen bzw. Definitionen gerecht zu werden, haben wir zur Bestimmung der wesentlichen Themen der 1&1 Gruppe folgende Kriterien untersucht.

1. Einfluss auf Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder

Stakeholder-Analyse

GRI 102-40
GRI 102-42
GRI 102-43

Zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsrelevanz von Themen hat 1&1 insbesondere die Anregungen und Meinungen von Finanzmarktteilnehmenden sowie Kundinnen und Kunden berücksichtigt, da diese Stakeholder in besonderer Weise am operativen Geschäft beteiligt bzw. vom operativen Geschäft betroffen sind. Kundenrückmeldungen werden laufend über (Zufriedenheits-) Befragungen umfassend eingeholt. Finanzmarktteilnehmende – vorrangig Aktionärinnen und Aktionäre, Analystinnen und Analysten und die Finanz-/Fachpresse – äußern ihre Einschätzungen in regelmäßigen und anlassbezogenen Gesprächen. Mitarbeitende und Geschäftspartner als weitere wichtige Stakeholder-Gruppen richten ihre Anliegen vor allem an die Funktionen Personal und Einkauf bzw. Carrier Management.

Im Ergebnis hat 1&1 so bislang die aus Sicht der internen und externen Stakeholder relevanten Themen identifiziert.

Zusatzanalyse von Kapitalmarktforderungen und Rahmenwerken

Im Jahr 2019 haben wir zudem analysiert, welche nachhaltigkeitsbezogenen Erwartungen InvestorInnen und Investoren, ESG-Ratings, -AnalystInnen und -Analysten sowie jüngere Rahmenwerke, Standards und Initiativen aktuell an 1&1 stellen. Zum einen stellen wir damit sicher, dass die Anforderungen des Kapitalmarkts berücksichtigt werden, der sich zunehmend für ESG-Themen interessiert und eine wichtige Zielgruppe des Nachhaltigkeitsberichts darstellt. Zum anderen tragen wir so zur Aktualität unserer Wesentlichkeitsanalyse bei, da Neuerungen häufig zeitnah in Entscheidungen des Kapitalmarkts und in Initiativen berücksichtigt werden.

Als wichtige neue Orientierungspunkte sind in den Nachhaltigkeitsbericht eingeflossen: mehrere ESG-Ratings (CDP, Gaia und Sustainalytics), ESG-Bewertungen und Investoren-Anfragen, die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (UN SDGs, auch „Global Goals“), die überarbeiteten Leitlinien der EU-Kommission für die Berichterstattung über nichtfinanzielle Informationen als Teil des EU-Aktionsplans Sustainable Finance (inkl. des Nachtrags zur klimabezogenen Berichterstattung von 2019) sowie die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) zur Verknüpfung der Klimaberichterstattung mit finanziellen Informationen von 2017.

Im Ergebnis konnten wir die Themenliste aus der direkten Stakeholder-Befragung erweitern und diejenigen Themen identifizieren, die aktuell besonders relevant sind.

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir uns mit weiteren regulatorischen Anforderungen beschäftigt. Darunter fallen die der EU-Taxonomie-Verordnung, die des neuen Gesetzes über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz), die bereits erwähnten TCFD-Empfehlungen sowie die potenziellen Anpassungen, die eine Überarbeitung der CSR-Richtlinie und die Umsetzung des Sorgfaltspflichtengesetzes mit sich bringen. Die Erkenntnisse werden in einer Nachhaltigkeitsstrategie und einer aktualisierten Wesentlichkeitsanalyse zusammengeführt.

2. Auswirkungen der Geschäftstätigkeit

Unter „Auswirkungen“ verstehen sowohl die GRI-Standards als auch das CSR-RUG bzw. die EU-Leitlinien die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Effekte der Tätigkeit eines Unternehmens auf das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung. Dies ist die „ökologische und soziale Wesentlichkeit“, die für VerbraucherInnen und Verbraucher bzw. KonsumentInnen und Konsumenten, Mitarbeitende, Geschäftspartner, Gemeinden, zivilgesellschaftliche Organisationen und die Gesellschaft allgemein von Interesse sein kann.

Zur Bestimmung der möglichen Auswirkungen von 1&1 auf Gesellschaft und Umwelt haben wir eine möglichst breite gesellschaftliche Perspektive auf unser Unternehmen und unsere Branche eingenommen. Dafür haben wir unter anderem Rahmenwerke, Standards, Initiativen und Vereinbarungen sowie Studien und Forschungsergebnisse analysiert, wo anwendbar mit Branchenfokus. Beispiele sind die UN SDGs (auch betrachtet für die Branche), der UN Global Compact, das Übereinkommen von Paris (Paris Agreement) sowie Studien und Diskussionspapiere von zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen. Wir richten uns dabei nach dem CSR-RUG und betrachten mögliche Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit, von Produkten und Dienstleistungen sowie aus Geschäftsbeziehungen.

3. Auswirkungen auf Verlauf, Ergebnis und Lage des Geschäfts

Die Geschäftsrelevanz von Themen wurde zuvorderst anhand der Frage eingeschätzt, ob das Thema in die finanzielle Berichterstattung der 1&1 Gruppe einbezogen wird. Betrachtet wurden insbesondere der Risiko- und Chancenbericht, aber auch weitere Stellen der Geschäftsberichterstattung. Die so identifizierten Nachhaltigkeitsthemen werden als unmittelbar geschäftsrelevant erachtet.



Siehe auch „TCFD-Report“

Diese Analyse wurde ausgeweitet, indem das erweiterte Risikoverständnis der EU-Leitlinien herangezogen wurde. Ziel ist es, einen weiter gesteckten Zeithorizont über die gesamte Wertschöpfungskette zu berücksichtigen. Für diesen Zweck lassen sich den TCFD-Empfehlungen die dort betrachteten Risikoarten entlehnen, die neben physischen auch politische, rechtliche, technologische, Markt- und Reputationsrisiken umfassen.

Zur Bestimmung solcher Risiken haben wir zunächst Entwicklungen auf regulatorischer Ebene berücksichtigt. Hierzu zählen etwa der EU-Aktionsplan Sustainable Finance sowie auf deutscher Ebene die Entscheidung für die Einführung einer CO₂-Bepreisung und der Nationale Aktionsplan zur Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.

Abschließend dienen als Indikatoren für Geschäftsrelevanz die Erwartungen von Investorinnen und Investoren, ESG-Ratings, -Analystinnen und -Analysten hinsichtlich Transparenz und Management bzgl. der ESG-Themen. Laut GRI-Standards und EU-Leitlinien ist die Perspektive der finanziellen Wesentlichkeit für diese Stakeholder von besonderem Interesse²³.

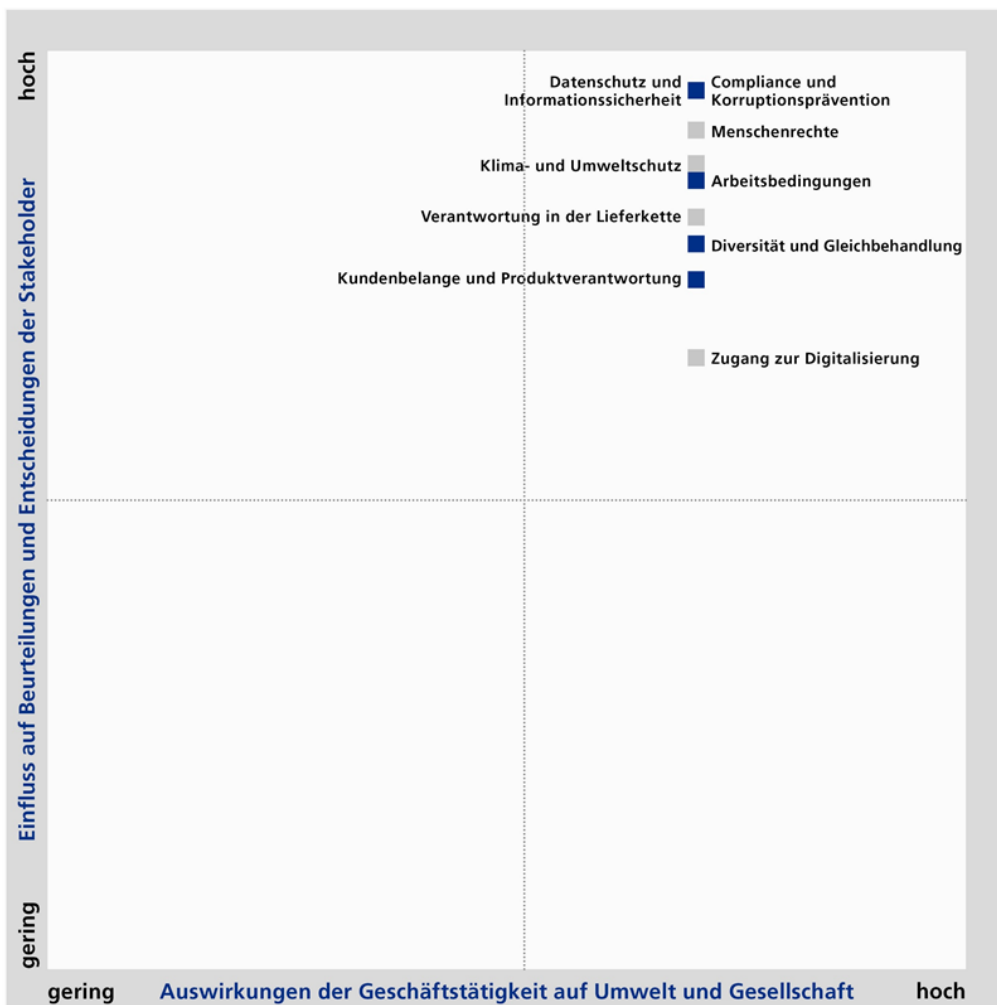
²³ Darauf, dass die verschiedenen (Risiko-)Perspektiven sich überschneiden können und dies künftig wahrscheinlich noch häufiger tun werden, weisen unter anderem die EU-Leitlinien hin.

Ergebnis: Wesentlichkeitsmatrix

Die Wesentlichkeitsmatrix zeigt das Ergebnis der Analyse. Die horizontale Achse bildet die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von 1&1 auf Umwelt und Gesellschaft ab; diese Dimension haben die GRI-Standards und das CSR-RUG gemeinsam. Die vertikale Achse zeigt die Relevanz von Themen für Stakeholder entsprechend den GRI-Standards. In dem oberen rechten Feld werden die Themenbereiche gezeigt, die sowohl relevante Auswirkungen von 1&1 darstellen als auch aus Sicht unserer Stakeholder wichtig sind (absteigend sortiert). Aufgrund der erneuten Analyse der Anliegen von Kapitalmarktakteuren erhalten diese Stakeholder eine besondere Gewichtung.

GRI 102-44

Wesentlichkeitsmatrix: Nachhaltigkeitsthemen bei 1&1



- unmittelbar geschäftsrelevanter Themenbereich
- mittelbar geschäftsrelevanter Themenbereich

Die Geschäftsrelevanz der Themen entsprechend CSR-RUG wird anhand der Kästchen dargestellt: Themenbereiche mit blauem Kästchen sind unmittelbar geschäftsrelevant, was sich darin zeigt, dass sie Bestandteil der finanziellen Berichterstattung sind, z. B. im Rahmen des Risikoberichts. Graue Kästchen kennzeichnen Themenbereiche, die aktuell mittelbar geschäftsrelevant sind, wenn ein erweitertes Risikoverständnis zur Anwendung kommt, d. h. regulatorische, gesellschaftliche und Kapitalmarkterwartungen bzw. -entwicklungen als Indikatoren herangezogen werden.



Siehe „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“, S. 12

Einen Überblick darüber, wie die ermittelten Themen mit den nichtfinanziellen Aspekten aus dem CSR-RUG verknüpft sind und in welchen Handlungsfeldern sie adressiert werden, bietet der Abschnitt „Wesentlichkeitsanalyse: Themen und Handlungsfelder“.



Siehe „GRI-Inhaltsindex und Angaben zum CSRRUG“, S. 102

Die Tabelle „GRI-Inhaltsindex und Angaben zum CSR-RUG“ verknüpft zudem die gesetzlichen Anforderungen mit den GRI-Anforderungen.

Weitere Berichtsanforderungen



Siehe „Geschäftsbericht“ des 1&1 Konzerns

Laut dem CSR-RUG ist darüber hinaus über wesentliche Risiken zu berichten, die mit der Geschäftstätigkeit des Konzerns oder seinen Geschäftsbeziehungen, Produkten und Dienstleistungen verknüpft sind und die sehr wahrscheinlich schwerwiegende Auswirkungen auf die genannten Aspekte haben werden, sofern die Risiken für das Verständnis von Verlauf, Ergebnis und Lage des Geschäfts sowie der Auswirkungen auf die oben genannten Aspekte erforderlich sind. Hierzu sei auf den Risikobericht im Rahmen des Konzerngeschäftsberichts verwiesen, in dem das zentral gesteuerte Risikomanagement dargestellt wird.

Berichtszeitraum, Berichtszyklus und Geltungsbereich

GRI 102-45
GRI 102-50
GRI 102-51
GRI 102-52

Der Nachhaltigkeitsbericht von 1&1 erscheint jährlich. Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021. An geeigneten Stellen werden, in Anwendung der GRI-Standards, zum Vergleich auch Vorjahreswerte für die Geschäftsjahre 2019 und 2020 dargestellt oder Ausblicke gegeben. Diese Stellen sind entsprechend gekennzeichnet.

Als Konzern-Nachhaltigkeitsbericht gelten die Aussagen des Berichts grundsätzlich für alle Geschäftsbereiche und Standorte sowie auch für alle Tochtergesellschaften des 1&1 Konzerns. Sofern einzelne Angaben noch nicht für alle von diesem Bericht abgedeckten Gesellschaften, Standorte oder Bereiche vorliegen, wird dies kenntlich gemacht. Es ist vorgesehen, die Datenbasis für

die Berichterstattung kontinuierlich auszuweiten. Der Vorgängerbericht wurde im April 2021 veröffentlicht.

Aufstellung, Veröffentlichung und Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts

Aufgestellt und veröffentlicht wird der nichtfinanzielle Konzernbericht in Form dieses Nachhaltigkeitsberichts durch den Finanzvorstand der 1&1 AG im Namen des Vorstands der 1&1 AG. Im Rahmen seiner abschließenden eigenständigen Prüfung hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit dem nichtfinanziellen Bericht in seiner Gesamtheit beschäftigt und ihn auf Rechtmäßigkeit, Ordnungsmäßigkeit und Zweckmäßigkeit geprüft. Dabei hat der Aufsichtsrat die Inhalte des nichtfinanziellen Konzernberichts kritisch hinterfragt und mit dem Vorstand, der für ergänzende Fragen und Auskünfte zur Verfügung stand, erörtert. Nach eigener Prüfung ist der Aufsichtsrat zu dem Ergebnis gekommen, dass der nichtfinanzielle Konzernbericht zu keinen Einwendungen Anlass gibt.

Dieser Bericht steht ab Anfang April 2022 allen Interessierten in deutscher und englischer Sprache als PDF auf der Website der 1&1 AG zum Download zur Verfügung.

GRI 102-56



Siehe „[Nachhaltigkeitsbericht](#)“ auf der 1&1 Website

Impressum

Die 1&1 AG ist ein Mitglied der United Internet Gruppe.

Herausgeber und Copyright © 2022

GRI 102-3

1&1 AG
Wilhelm-Röntgen-Straße 1-5
63477 Maintal
Deutschland
www.1und1.de

Kontakt

GRI 102-53

Compliance & Sustainability
Telefon: +49 (0) 2602 / 96-1100
Telefax: +49 (0) 2602 / 96-1013
E-Mail: sustainability@1und1.de

Konzeption und Redaktion

Compliance & Sustainability
United Internet Corporate Services GmbH

Gestaltung

A1 Marketing, Kommunikation und neue Medien GmbH
Inhouse produziert mit firesys

April 2022

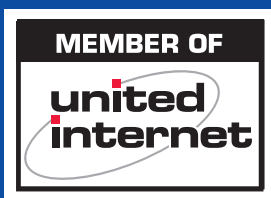
Registergericht: Hanau HRB 7384

Hinweis:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird zuweilen im Bericht bei geschlechtsspezifischen Bezeichnungen die männliche Form gewählt. 1&1 weist darauf hin, dass die Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig zu verstehen ist. Aus rechentechnischen Gründen können in Tabellen und bei Verweisen Rundungsdifferenzen zu den sich mathematisch exakt ergebenden Werten (Geldeinheiten, Prozentangaben usw.) auftreten. Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen stehen auch im Internet unter www.1und1.de zum Download bereit. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

Haftungsausschluss:

Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Vorstands der 1&1 AG hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Diese zukunftsbezogenen Aussagen basieren auf unseren derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Zukunftsbezogene Aussagen entsprechen nur dem Sachstand zu dem Zeitpunkt, in dem sie getroffen werden. Diese Aussagen sind abhängig von Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren, auf die 1&1 AG vielfach keinen Einfluss hat und die zu erheblichen Abweichungen der tatsächlichen Ergebnisse von diesen Aussagen führen können. Diese Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren werden im Rahmen unserer Risikoberichterstattung in den Geschäftsberichten der 1&1 AG ausführlich beschrieben. Die 1&1 AG hat nicht die Absicht, solche vorausschauenden Aussagen zu aktualisieren.



1&1 AG

Wilhelm-Röntgen-Str. 1-5
63477 Maintal
Deutschland

www.1und1.ag