

# Nichtfinanzielle Konzernklärung

## Über diese nichtfinanzielle Konzernklärung

### Gegenstand und Umfang

Mit der vorliegenden nichtfinanziellen Konzernklärung (nachfolgend: nichtfinanzielle Erklärung) kommt die freenet AG (im Folgenden freenet AG und freenet verwendet für den Konzern), mit Hauptsitz in Büdelsdorf [\[GRI 2-1\]](#), der Berichtspflicht des am 19. April 2017 in Kraft getretenen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) nach (§§ 315b, 315c in Verbindung mit §§ 289b-e HGB). Die in der nichtfinanziellen Erklärung gemachten Angaben zu Konzepten, Maßnahmen, Aktivitäten und KPIs beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2023, also auf den Zeitraum vom 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023, und gelten sowohl für den Konzern als auch für die freenet AG.

Die nichtfinanzielle Erklärung fasst die wesentlichen Aspekte und Sachverhalte zu Umweltbelangen, Arbeitnehmerbelangen, Sozialbelangen, Achtung der Menschenrechte sowie Bekämpfung von Korruption und Bestechung zusammen. Die identifizierten wesentlichen Themen spiegeln das aktuelle spezifische Nachhaltigkeitsverständnis der Organisation wider und werden unter Bezugnahme auf (with reference to) die aktuellen Standards des Rahmenwerks der Global Reporting Initiative (GRI-Standards 2021) berichtet (vgl. Weitere Informationen, GRI-Inhaltsindex). Die zentrale Koordination der Berichtsinhalte/-erstellung erfolgt durch die Fachabteilung „Investor Relations & ESG Reporting“, die Ansprechpartner für Fragen zur nichtfinanziellen Erklärung ist und direkt an den ESG Reporting-verantwortlichen Vorstand (CFO) berichtet (vgl. Weitere Informationen, Impressum und Kontakt). Die inhaltliche Verantwortung für die verschiedenen Nachhaltigkeitsaspekte obliegt den jeweiligen Vorstandsressorts bzw. Fachbereichen [\[GRI 2-3\]](#).

Gegenstand der Erklärung – sofern nicht anderweitig kenntlich gemacht – sind alle vollkonsolidierten Unternehmen des Konzernabschlusses (vgl. Konzernanhang, Tz. 36). Aufgrund der geschäftsfeldspezifischen Struktur des „TV und Medien“-Segments sowie der zugehörigen Media Broadcast GmbH wird in der Darstellung der wesentlichen Themen stellenweise gesondert auf diese Gesellschaft eingegangen [\[GRI 2-2\]](#).

Die vorliegende nichtfinanzielle Erklärung inklusive GRI-Angaben sowie Angaben im Rahmen der EU-Taxonomie wurde einer freiwilligen betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 (revised) zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen (vgl. Weitere Informationen, Prüfungsvermerk nichtfinanzielle Konzernklärung). Weitere Angaben zum internen Prüfungsprozess, zu den in die Prüfung involvierten Parteien sowie zu den Prüfungsergebnissen der nichtfinanziellen Erklärung sind Bestandteil des Berichts des Aufsichtsrats (vgl. An unsere Aktionäre, Bericht des Aufsichtsrats) [\[GRI 2-5, GRI 2-14\]](#).

### Angaben zum Geschäftsmodell

Die operative Geschäftstätigkeit der seit 2007 an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelten freenet AG und ihrer Tochterunternehmen beschränkt sich überwiegend auf den Privatkundenbereich sowie den deutschen Raum. Aus diesem Grund erfolgt keine geografische Unterteilung nach Ländern, in denen die freenet tätig ist, sondern – sofern erforderlich – lediglich eine Unterteilung nach den operativen Geschäftssegmenten „Mobilfunk“ und „TV und Medien“. Eine ausführliche Beschreibung des Geschäftsmodells der freenet findet sich im Konzernlagebericht im Abschnitt Geschäftsmodell und Organisationsstruktur [\[GRI 2-1\]](#).

### ESG-Strategie

Mit Wirkung vom 1. Januar 2023 hat der Aufsichtsrat Nicole Engenhardt-Gillé, zuvor Head of Human Resources, in den Vorstand der freenet AG bestellt und mit der Leitung des neuen Vorstandsressorts „Personal und ESG“ beauftragt. Neben klassischen Personalthemen fallen damit auch alle Aspekte der Nachhaltigkeit (ESG) in ihren Verantwortungsbereich. Mit der Entwicklung einer freenet-spezifischen Nachhaltigkeitsstrategie (vgl. Unternehmensstrategie und -ziele) und interdisziplinären ESG-Organisationsstruktur wurde im Geschäftsjahr 2023 der Grundstein gelegt für die weitere nachhaltige Ausrichtung der Unternehmensaktivitäten. Der Leitgedanke der ESG-Strategie rückt den Menschen in den Mittelpunkt des Handelns mit der klaren Haltung, unternehmerische Aktivitäten ökologisch verantwortlich, sozial gerecht und wirtschaftlich rentabel zu gestalten.

### Wesentlichkeitsanalyse als Grundlage für die Bestimmung wesentlicher Themen

Die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen von freenet, über die in dieser nichtfinanziellen Erklärung berichtet wird, basieren auf einer Wesentlichkeitsanalyse gemäß den Vorgaben des CSR-RUG (§ 289c Abs. 3 HGB) aus dem Jahr 2021.

In einem mehrstufigen Prozess der Wesentlichkeitsanalyse wurden unter Einbindung der wichtigsten Stakeholder diejenigen nichtfinanziellen Themen erörtert, die für das Verständnis von Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis oder -lage sowie für das Verständnis der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit (Impact) auf die im Gesetz genannten Nachhaltigkeitsaspekte bedeutsam sind. Weiterführende Informationen zur Bestimmung der wesentlichen Themen

bzw. dem Prozess der Wesentlichkeitsanalyse finden sich im Geschäftsbericht 2021 (vgl. freenet AG Geschäftsbericht 2021, Nichtfinanzielle Erklärung).

Im Geschäftsjahr 2023 gab es bei der freenet AG im Vergleich zum Vorjahr keine wesentlichen Änderungen hinsichtlich der Geschäftsaktivitäten oder in Bezug auf die Geschäftsbeziehungen. Ebenso haben sich aus der Einbindung relevanter Stakeholdergruppen im Geschäftsjahr 2023 keine Hinweise ergeben, die eine Anpassung der wesentlichen Themen notwendig machen. Die Wesentlichkeitsanalyse sowie die identifizierten wesentlichen Themen haben für das Geschäftsjahr 2023 somit weiterhin Bestand bzw. werden analog zum Vorjahr berichtet.

**Tabelle 20: Liste der wesentlichen Themen [GRI 3-2], zugeordnet den CSR-RUG-Aspekten und GRI-Standards**

Übergeordnete wesentliche Themen	Aspekt CSR-RUG	GRI-Standards
Mitarbeiter <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arbeitgeberattraktivität</li> <li>▪ Kompetenzentwicklung</li> <li>▪ Vielfalt</li> <li>▪ Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</li> </ul>	Arbeitnehmerbelange	GRI 3-3, GRI 401-1, 401-2, 401-3 GRI 404-1, 404-2, 404-3 GRI 405-1, 406-1 GRI 403-1, 403-3, 403-4, 403-5, 403-9
Digitale Verantwortung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informationssicherheit</li> <li>▪ Datenschutz</li> </ul>	Sozialbelange / Achtung der Menschenrechte	GRI 3-3, GRI 418-1
Kundenbelange <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Service- / Netzqualität</li> <li>▪ Digitale Teilhabe</li> <li>▪ Nachhaltige Produktlösungen und Produktinnovationen (inkl. Nachhaltige Verpackungen)</li> </ul>	Sozialbelange / Umweltbelange	GRI 3-3, GRI 417-1
Betrieblicher Umweltschutz <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Energieverbrauch / CO<sub>2</sub>-Emissionen</li> <li>▪ Ressourcenverbrauch (inkl. Nachhaltige Verpackungen)</li> </ul>	Umweltbelange	GRI 3-3, GRI 302-1 GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5
Compliance und Integrität	Bekämpfung von Korruption und Bestechung	GRI 3-3, GRI 205-3
Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt	Achtung der Menschenrechte / Umweltbelange	GRI 3-3 GRI 414-1

Durch den Einbezug verschiedener Stakeholder-Perspektiven stellt freenet sicher, dass die berichteten Nachhaltigkeitsthemen im Einklang mit deren Interessen stehen bzw. bei Bedarf weiterentwickelt werden. Im Falle der eigenen Belegschaft findet die Einbindung anhand verschiedener Formate statt (z. B. Mitarbeiterbefragungen oder Initiative der Nachhaltigkeitsbotschafter). Interessen externer Stakeholdergruppen (Zulieferer, Investoren, Nachhaltigkeits-/ Finanzanalysten oder Kunden) werden in erster Linie durch den Austausch der jeweiligen Fachbereiche mit den Stakeholdern (z. B. auf der Hauptversammlung, in Analystengesprächen oder in Form von Umfragen) berücksichtigt.

Über die jährliche Berichterstattung in der nichtfinanziellen Erklärung werden die Interessengruppen über den Management- und Steuerungsansatz sowie Ziele und ergriffene Maßnahmen in Bezug auf die identifizierten wesentlichen Themen informiert [GRI 3-1].

Darüber hinaus erhöhen ESG-Ratings durch unabhängige Rating-Agenturen die Transparenz in Bezug auf die Einordnung und Gewichtung relevanter Nachhaltigkeitsaktivitäten der freenet AG. Mit den für freenet als relevant identifizierten ESG-Rating-Agenturen Sustainalytics, MSCI, ISS und CDP steht das Unternehmen in regelmäßigem Austausch.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die letzten Ergebnisse der Rankings durch ESG-Rating-Agenturen.

**Tabelle 21: Ergebnisse relevanter ESG-Ratings**

Rating-Agentur / Rating	Bewertungsskala	2023 (bewertet: Geschäftsjahr 2022)	2022 (bewertet: Geschäftsjahr 2021)	2021 (bewertet: Geschäftsjahr 2020)
Sustainalytics ESG Risk Rating	Negligible risk (0–10) bis Severe risk (40+)	Rating liegt noch nicht vor.	Medium ESG risk, MED (22,6)	Medium ESG risk, MED (25,0)
MSCI ESG Rating	Leader (AAA, AA) bis Laggard (B, CCC)	AA	A	AA
ISS ESG Corporate Rating	Excellent performance (A+) bis Poor performance (D-)	C	C	C
CDP Climate Rating	Leadership (A, A-) bis Disclosure (D, D-)	C	C	C

### Bestimmung der wesentlichen nichtfinanziellen Risiken

Für die Risikoanalyse im Rahmen der nichtfinanziellen Erklärung setzt freenet auf dem konzernweit etablierten Risikomanagementsystem (RMS) auf. Die dort erfassten Risiken wurden auf ihre inhaltliche Übereinstimmung entlang der Themen und Aspekte der nichtfinanziellen Erklärung analysiert. Für Risiken aus dem RMS mit einem thematischen Bezug zum CSR-RUG wurde eine Risikobewertung analog der Bewertung für den Konzernrisikobericht vorgenommen (vgl. Chancen- und Risikoberichterstattung). Ergebnis der Analyse war, dass gemessen an den gesetzlichen Wesentlichkeitskriterien<sup>1</sup> für die Berichterstattung über nichtfinanzielle Risiken – nach Umsetzung von Risikobegrenzungsmaßnahmen – keines der identifizierten Risiken im Sinne des konzernweit etablierten RMS sowie des CSR-RUG wesentlich ist.

### Wesentliche Themen

#### Mitarbeiter

##### Übergeordnete Personalstrategie

In einem dynamischen und wettbewerbsintensiven Umfeld rund um Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment ist der Erfolg von freenet maßgeblich von den Leistungen und dem Engagement der Mitarbeiter abhängig, die ihr Know-how und ihre Kompetenzen zielgerichtet einsetzen. Um dies bestmöglich zu unterstützen, hat freenet eine Vielzahl unterschiedlicher Maßnahmen und Programme etabliert. Ziel ist ein harmonisches, sicheres, gesundes und leistungsorientiertes Arbeitsumfeld, das die Vielfalt unserer Gesellschaft widerspiegelt und jegliche Form von Diskriminierung vermeidet.

Anlässlich der Schaffung des neuen Vorstandsressorts „Personal und ESG“ wurde Anfang des Jahres die Personalstrategie aktualisiert. Aus dem Fokus der Integration von ESG in die Personalarbeit resultierte die klar definierte Vision „freenet – erfolgreich durch starke und vielfältige Mitarbeiter“.

Die überarbeitete Personalstrategie von freenet umfasst vier Schwerpunktthemen:

1. Organisationsentwicklung aktiv treiben und begleiten,
2. Arbeitgeberattraktivität stärken,
3. Lernkultur gestalten und
4. Nachhaltigkeit als Haltung leben.

Um sicherzustellen, dass Strukturen und Prozesse (1) kontinuierlich den sich wandelnden Anforderungen und Herausforderungen des Markts entsprechen, werden Konzepte für Veränderungsmaßnahmen erarbeitet und umgesetzt, Digitalisierungsprojekte begleitet und Führungskräfte als Multiplikatoren aktiv eingebunden. Hinsichtlich der (2) Stärkung der Arbeitgeberattraktivität stellt die Mitarbeiterbindung mit Themen wie moderne Vergütung, Zeitmodelle und neue Arbeitswelten einen zentralen Fokus dar. Gleichzeitig soll durch gezielte Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung der Herausforderung eines stark umkämpften Bewerbermarkts begegnet werden. Ein innovatives und dynamisches Arbeitsumfeld erfordert kontinuierliches Lernen (3). Die Maßnahmen sollen sich darauf konzentrieren, eine Lernkultur zu schaffen, die eine ständige Weiterentwicklung der Mitarbeiter und Führungskräfte fördert. Darüber hinaus soll (4) Nachhaltigkeit als Haltung in der Organisation verankert und bei allen freenet Mitarbeitern das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Unternehmen gestärkt werden. Im Rahmen der sozialen Verantwortung sollen die Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit im Fokus stehen.

<sup>1</sup> Die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken wird in der freenet Group in sehr gering ( $\leq 10\%$ ), gering (10,01 bis  $\leq 30\%$ ), moderat (30,01 bis  $\leq 50\%$ ), hoch (50,01 bis  $\leq 70\%$ ) und signifikant ( $> 70\%$ ) unterschieden. Für Zwecke der nichtfinanziellen Risikoberichterstattung i. S. v. § 289b HGB i. V. m. § 289c Abs. 3 Nr. 3 und 4 HGB wurde als „sehr wahrscheinlich“ auf die Kategorie „signifikant“ abgestellt ( $> 70\%$ ).

Gesamtverantwortlich für die Konzeption, Umsetzung und Steuerung von Maßnahmen ist das Vorstandsressort „Personal und ESG“ unter der Leitung von Nicole Engenhardt-Gillé in ihrer Funktion als Vorständin „Personal und ESG“ (CHRO). Mit der Abteilung „People and Organisational Development“ ist seit 2016 ein internes Kompetenzzentrum für konzernübergreifende Konzepte und strategische Fragestellungen rund um die Mitarbeiter- und Organisationsentwicklungsthemen zuständig. Eine Überprüfung der erfolgreichen Umsetzung der strategischen Zielsetzungen erfolgt quartalsweise im Rahmen von Strategie-Workshops. Die Ergebnisse werden, sofern relevant, direkt an den jeweiligen Ressortvorstand kommuniziert oder im Gesamtvorstand diskutiert.

### Arbeitgeberattraktivität

**Managementansatz:** Eine zentrale Säule der freenet Personalstrategie bildet die Arbeitgeberattraktivität, d. h. ein Arbeitsumfeld zu schaffen, welches hilft, Mitarbeiter zu gewinnen, zu halten und deren Leistungsfähigkeit und Zufriedenheit gleichermaßen zu steigern. Im Vordergrund steht vor allem das partnerschaftliche und vertrauensbasierte Verhältnis im Miteinander und auf allen Ebenen des Konzerns. Individuelle Lebensumstände der Mitarbeiter sollen bestmöglich Beachtung finden mit Verzicht auf Pauschalregelungen, um Mitarbeiterinteressen und Unternehmensinteresse in Bezug auf Lebens- und Arbeitszeit auszubalancieren. So soll die Arbeitgeberattraktivität intern wie extern gesteigert und der Zugang

zu qualifiziertem Fach- und Führungspersonal, welches unabhängig für den Unternehmenserfolg ist, gesichert werden.

**Steuerung:** Um die interne und externe Arbeitgeberattraktivität zu messen, werden unterschiedliche Indikatoren zentral erhoben und gesteuert. Wesentliche Kennzahlen zur Messung der Arbeitgeberattraktivität stellen die Mitarbeiterfluktuation und externe Neueinstellungen dar. Darüber hinaus werden relevante Arbeitgeberbewertungsplattformen für Unternehmen stetig ausgewertet und seit 2022 auch Mitarbeiterbefragungen zur Erfassung des allgemeinen Stimmungsbilds und der Zufriedenheit durchgeführt. Mit diesem Ansatz sollen eine offene Feedbackkultur im Unternehmen etabliert und Handlungsfelder zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität abgeleitet werden. Seit 2019 finden zudem konzernweit Austrittsbefragungen von Mitarbeitern (ohne Media Broadcast) statt sowie zielgruppen- und themenspezifische Mitarbeiterbefragungen innerhalb der Shops und Stores. Die Ergebnisse werden kontinuierlich ausgewertet, um bei Fehlentwicklungen entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden insgesamt 489 Mitarbeiter (Vorjahr: 449 Mitarbeiter) neu eingestellt. Die Fluktuation im Konzern (ohne Shops und Stores) verzeichnete 2023 gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang um vier Prozentpunkte auf 8,8 % (Vorjahr: 12,8 %). In den Shops und Stores stieg sie leicht von 28,3 % im Vorjahr auf 29,4 % im Berichtsjahr.

**Tabelle 22: Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation [GRI 401-1]**

Anzahl (%)	2023			2022		
	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen
<b>Neueinstellungen freenet (ohne Shops / Stores) <sup>1</sup></b>	<b>240 (10,2)</b>	<b>158 (10,0)</b>	<b>82 (10,7)</b>	<b>225 (9,7)</b>	<b>134 (8,5)</b>	<b>91 (12,2)</b>
davon < 30 Jahre	81 (30,7)	51 (32,9)	30 (27,5)	71 (27,4)	33 (21,3)	38 (36,5)
davon 30 – 50 Jahre	132 (11,3)	87 (12,2)	45 (9,8)	126 (10,5)	81 (10,9)	45 (9,8)
davon > 50 Jahre	27 (3,0)	20 (2,8)	7 (3,5)	28 (3,2)	20 (2,9)	8 (4,4)
<b>Neueinstellungen Shops / Stores <sup>1</sup></b>	<b>249 (23,8)</b>	<b>185 (23,3)</b>	<b>64 (25,6)</b>	<b>224 (20,9)</b>	<b>173 (21,3)</b>	<b>51 (19,6)</b>
davon < 30 Jahre	173 (44,5)	123 (41,8)	50 (52,6)	159 (39,8)	123 (40,9)	36 (36,4)
davon 30 – 50 Jahre	69 (11,8)	57 (12,8)	12 (8,7)	62 (10,2)	48 (10,4)	14 (9,6)
davon > 50 Jahre	7 (9,7)	5 (9,1)	2 (11,8)	3 (4,7)	2 (4,1)	1 (6,7)
<b>Mitarbeiterfluktuation freenet (ohne Shops / Stores) <sup>2</sup></b>	<b>207 (8,8)</b>	<b>132 (8,4)</b>	<b>75 (9,8)</b>	<b>298 (12,8)</b>	<b>202 (12,8)</b>	<b>96 (12,9)</b>
davon < 30 Jahre	43 (16,2)	22 (14,2)	21 (19,3)	54 (20,9)	31 (20,1)	23 (22,1)
davon 30 – 50 Jahre	104 (8,9)	61 (8,6)	43 (9,4)	167 (13,9)	110 (14,8)	57 (12,4)
davon > 50 Jahre	60 (6,6)	49 (6,9)	11 (5,5)	77 (8,9)	61 (8,9)	16 (8,8)
<b>Mitarbeiterfluktuation Shops / Stores <sup>2</sup></b>	<b>307 (29,4)</b>	<b>232 (29,1)</b>	<b>75 (30,0)</b>	<b>303 (28,3)</b>	<b>227 (27,9)</b>	<b>76 (29,3)</b>
davon < 30 Jahre	176 (45,2)	133 (45,2)	43 (45,3)	173 (43,3)	128 (42,4)	45 (45,8)
davon 30 – 50 Jahre	120 (20,5)	91 (20,4)	29 (21,0)	121 (19,9)	92 (19,9)	29 (19,8)
davon > 50 Jahre	11 (15,3)	8 (14,5)	3 (17,6)	9 (14,1)	7 (14,4)	2 (13,1)

<sup>1</sup> Quote: Neu eingestellte Mitarbeiter im Verhältnis zum durchschnittlichen Personalbestand

<sup>2</sup> Quote: Anzahl der Mitarbeiter (Angestellte), die freiwillig oder aufgrund von Kündigung, Pensionierung oder Tod aus der Organisation ausscheiden (Austritte) im Verhältnis zum durchschnittlichen Personalbestand [(Austritte \* 100) / Ø Personalbestand]

In Bezug auf die Arbeitgebermarke hat freenet im Jahr 2023 erneut mehrere Auszeichnungen erhalten:

- Siegel „TOP Karrierechancen“ von der ServiceValue GmbH und Focus Money
- Siegel „Arbeitgeber der Zukunft“ vom deutschen Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung
- „eLearning Award 2022“ vom eLearning Journal: In der Kategorie Learning-Management-System (LMS) erzielte freenet den ersten Platz (Auszeichnung ist weiterhin gültig)
- Siegel „BEST PLACE TO LEARN®“ von der AUBI-plus GmbH

**Maßnahmen:** Insbesondere in Zeiten von Fachkräftemangel und demografischem Wandel ist eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit wichtig, um qualifizierte Fachkräfte im Unternehmen zu halten. Zur Erfassung des Stimmungsbilds in der Belegschaft führt freenet seit 2022 mit dem sogenannten Stimmungsbarometer mehrfach im Jahr Mitarbeiterbefragungen durch. Die Umfragen werden gemäß geltenden Datenschutzbestimmungen anonym und auf freiwilliger Basis durchgeführt und bezogen im Jahr 2023 erstmalig auch die Media Broadcast mit ein. Neben der Gesamtzufriedenheit erfasst das Stimmungsbarometer die Zufriedenheit in Bezug auf die Zusammenarbeit und den Gestaltungsspielraum hinsichtlich der Arbeitsbedingungen sowie die Weiterempfehlungsrates anhand eines sich aus fixen und variablen Fragen zusammensetzenden Fragengerüsts. Das fixe Fragengerüst wurde 2023 um eine zusätzliche Frage nach der Weiterempfehlung der eigenen Führungskraft ergänzt. Darüber hinaus wurden im Rahmen der Befragungen 2023 die wichtigsten Eigenschaften einer idealen Führungskraft abgefragt sowie Fragen zur Weiterentwicklung und Kultur des Lernens gestellt. Die Gesamtzufriedenheit der Mitarbeiter – als Teilergebnis des Stimmungsbarometers – ist besonders steuerungsrelevant und gibt an, wie viel Prozent der Mitarbeiter mit freenet als Arbeitgeber allgemein zufrieden (Angabe „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) sind.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden insgesamt drei Erhebungen (Vorjahr: zwei) durchgeführt. Bei einer durchschnittlichen Rücklaufquote von 44,9 % (Vorjahr: 46,0 %) gaben im Schnitt 67,0 % (Vorjahr: 67,2 %) der befragten Mitarbeiter an, mit freenet als Arbeitgeber zufrieden zu sein. Für 2024 ist das Ziel, die Rücklaufquote zu steigern und die Gesamtzufriedenheit mindestens auf dem Niveau von 2022 zu halten.

**Tabelle 23: Mitarbeiterzufriedenheit**

Angaben in % bzw. lt. Angabe	2023	2022
Anzahl Erhebungen	3	2
Rücklaufquote (Durchschnitt)	44,9	46,0
Mitarbeiterzufriedenheit (Durchschnitt)	67,0	67,2

Zur Förderung der Arbeitgeberattraktivität hat freenet 2023 eine Vielzahl von Maßnahmen durchgeführt. So gab es erstmalig ein digitales Camp unter dem Titel „HR meets Gen Z“ mit Gästen aus der Zielgruppe der „Generation Z“. Ziel war die Gewinnung von Einblicken in die Erwartungshaltung und Motivation der Generation Z, um den Erkenntnisgewinn in Bezug auf Themen wie Recruiting, Arbeitgeberattraktivität, Karriere, Nachhaltigkeit und Führung zu nutzen.

Um die Sichtbarkeit der Arbeitgebermarke gezielt für digital-affine Zielgruppen zu erhöhen, wurde der Arbeitgeberauftritt „freenet\_karriere“ auf Instagram einem Relaunch unterzogen und ein interdisziplinäres Social-Media-Team aufgebaut. Zusätzlich wurden mit der Veröffentlichung von Kurzvideos zu den Ausbildungsmöglichkeiten bei freenet die Aktivitäten auf der Social-Media-Plattform TikTok ausgebaut. Die hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter mit freenet als Arbeitgeber nutzte das Unternehmen 2023 erneut, um im Rahmen des Programms „#friendsforfreenet“ neue Mitarbeiter zu gewinnen. Bei dem Recruiting-Konzept handelt es sich um ein prämienebegünstigtes Programm zur Mitarbeiterwerbung, bei dem Beschäftigte von freenet Verwandte, Freunde oder Bekannte für eine offene Stelle empfehlen können.

Mit der Synchronisierung interner HR- und IT-Prozesse und der Einführung einer digitalen Begrüßungsmappe wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr außerdem der Onboarding-Prozess für neue Mitarbeiter überarbeitet. Als elementarer Onboarding-Bestandteil fand auch 2023 erneut ein konzernübergreifender „Welcome Day“ statt. Dieser ermöglicht Teilnehmern, sich in lockerer Atmosphäre kennenzulernen und zu vernetzen. In Erlebnisräumen erhalten neue Mitarbeiter bei Impulsvorträgen und Interviews einen Einblick in die unterschiedlichen Facetten des Unternehmens.

Neben dem Erleben sind Kommunikation und Transparenz wichtige Faktoren, die auf die Arbeitgeberattraktivität einzuwirken. So bietet das etablierte Format „Frag Christoph“ Mitarbeitern die Möglichkeit, Fragen direkt und anonym an den CEO der freenet AG zu stellen, die dieser persönlich und zeitnah im Intranet beantwortet. Seit 2020 finden zudem sogenannte „Town Halls“ statt, in denen der CEO via Live-Video Auskunft über aktuelle Themen gibt und Mitarbeiter die Gelegenheit haben interaktiv Fragen zu stellen.

Die Anerkennung von Teilzeit- und flexiblen Arbeitszeitmodellen trägt dazu bei, den verschiedenen Anforderungen der Mitarbeiter zur Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben entgegenzukommen. So sind beispielsweise flexible Schichtzeit-Modelle in den Shops oder der Logistik, Homeoffice in verschiedenen Bereichen sowie vielerorts mobiles Arbeiten möglich. Dieser Ansatz wurde bereits 2020 in einem Regelwerk formalisiert.

## KONZERNLAGEBERICHT

14	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur	34	Prognosebericht
16	Unternehmensstrategie und -ziele	38	Chancen- und Risikobericht
19	Unternehmenssteuerung	49	Nichtfinanzielle Konzernklärung
24	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	84	Corporate Governance und sonstige Angaben
27	Überblick über den Geschäftsverlauf		

Gemäß § 15 Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz hat in Deutschland jeder Elternteil Anspruch auf Elternzeit zur Betreuung und Erziehung seines Kindes, bis zur Vollendung des dritten Lebensjahres. Diesen gesetzlichen Anspruch nehmen auch bei der freenet AG viele Mitarbeiter wahr [\[GRI 401-3\]](#). Eine Maßnahme, um sich dabei als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, bildet der Auf- und Ausbau der sogenannten Elternzeitpatenschaft, bei der Mütter und Väter in der Elternzeit von einem Kollegen aus dem Team regelmäßig mit Informationen versorgt sowie zu wichtigen Terminen eingeladen werden. Zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf bietet freenet seinen Mitarbeitern am Standort Hamburg außerdem die Nutzung eines Eltern-Kind-Zimmers an [\[GRI 401-3\]](#).

Über diese Maßnahmen hinaus ist freenet der Ansicht, dass es einer attraktiven Gesamtvergütung inklusive Zusatzleistungen bedarf, um Mitarbeiter angemessen zu entlohnen. Neben einer fixen Vergütung beinhaltet das Vergütungssystem nahezu aller Mitarbeiter variable Gehaltsbestandteile, die vom Unternehmenserfolg abhängig sind und sich in der Regel an den gleichen Leistungsindikatoren orientieren, die auch für die Vergütung des Vorstands von Bedeutung sind. Zusätzlich gewährt freenet Zuschüsse zur betrieblichen Altersvorsorge über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus und bietet seit 2016 eine Berufsunfähigkeitsversicherung mit erleichteter Gesundheitsprüfung an [\[GRI 401-2\]](#).

In den Jahren 2022 und 2023 hat freenet von der gesetzlichen Möglichkeit Gebrauch gemacht, Mitarbeitern eine Inflationsausgleichsprämie steuer- und sozialversicherungsfrei auszu zahlen. Zudem stehen u. a. folgende (z. T. standortspezifische) Mitarbeitervergünstigungen oder Vorteile zur Auswahl: bezuschusstes Deutschland-Ticket, Vergünstigungen für Wellnessangebote und Massagen, Essensgeldzuschüsse, vergünstigte Tarife und Services von freenet, ein Fahrradleasing- sowie ein Mitarbeiterfahrzeugmodell. Bei der Gewährung der Vorteile erfolgt keine Unterscheidung zwischen Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Diese werden je nach Leistung anteilig auf Basis des Beschäftigungsgrads entsprechend dem Betrag für Vollzeitbeschäftigte gewährt.

### Kompetenzentwicklung

**Managementansatz:** Die Dynamik innerhalb der Informations- und Kommunikationsbranche sowie die allgemein zunehmende Digitalisierung von Arbeitsabläufen und -prozessen stellen neue An- und Herausforderungen an die Mitarbeiter von freenet und machen eine Stärkung und Förderung ihrer Kompetenzen unerlässlich. Eine bedarfsorientierte Förderung von Mitarbeitern ist daher eine zentrale Säule für Fortschritt und Zukunftsfähigkeit der Organisation. Ziel ist insbesondere der Ausbau des eigenverantwortlichen Lernens und die Förderung des konzerninternen Wissenstransfers, um einen Beitrag zu einer allgemeinen Lernkultur zu leisten, welche das Voneinanderlernen unterstützt.

Neben der Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter erachtet freenet die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gegenüber der jungen Generation als wichtig und hat ein vielfältiges Ausbildungsangebot als Baustein zur Nachwuchskräfteicherung geschaffen. Ebenso wichtig ist die regelmäßige Förderung von Leistungs- und Potenzialträgern, um neben dem Kompetenzerhalt den Ausbau der Kreativität und Innovationsfähigkeit im Unternehmen sicherzustellen.

**Steuerung:** Zentrale Verantwortung im Hinblick auf die fachliche und überfachliche Kompetenzentwicklung von Mitarbeitern übernehmen die Führungskräfte, die bedarfsgerecht coachen und unterstützen sollen. Den Rahmen und die Steuerung des Prozesses verantwortet die Abteilung „People and Organisation Development“.

Zur zielgerichteten Weiterentwicklung der Mitarbeiter im Konzern dient das unternehmensweite Kompetenzmodell, das seit 2016 im Unternehmen etabliert ist. Es legt den Fokus auf die Kompetenzfelder „Kooperieren und Zusammenarbeiten“, „Persönliche Wirkung entfalten“, „Unternehmerisch denken und handeln“, „Veränderungen treiben“ und „Führung leben“. Auf Basis des Kompetenzmodells führen die Führungskräfte jährlich verbindliche Jahresentwicklungsgespräche mit ihren Mitarbeitern. Neben der Kompetenzbewertung bildet die Bestimmung persönlicher Entwicklungsbereiche und -aktivitäten einen Schwerpunkt. Die Durchführungsquote der Jahresentwicklungsgespräche für das Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 93,1% (Vorjahr: 94,9%) [\[GRI 404-3\]](#).

Neben dem klassischen Qualifizierungsportfolio, das den Führungskräften für die Mitarbeiterentwicklung zur Verfügung steht, ist das eigenverantwortliche Lernen der Mitarbeiter ein weiterer Baustein der Kompetenzentwicklung. Wichtige Basis dafür ist das etablierte Learning-Management-System (LMS). Lern- und Weiterbildungsangebote werden damit an einem zentralen Ort gebündelt. Das LMS bietet Mitarbeitern Zugriff auf einen breit angelegten Katalog von Selbstlern- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten, der verschiedene Lerntypen und -fälle bedient. Das LMS wurde 2023 von 1.996 Mitarbeitern genutzt (Vorjahr: 1.428). Die Steigerung ist auf neue Angebote und Kampagnen und die Ausweitung des Zugangs für weitere Beschäftigte zurückzuführen.

Für die Weiterentwicklung der Mitarbeiter der freenet Shops und Gravis Stores ist aufgrund der spezifischen Anforderungen und Kundennähe eine eigene Trainingseinheit verantwortlich. Diese begleitet die Shop- und Store-Mitarbeiter in unterschiedlichen Trainings, E-Learnings, Programmen und individuellen Coachings. 2023 wurde die Lernplattform für Shop-Mitarbeiter „mauiCAMPUS“ durch ein modernes zielgruppenspezifisches System – den „TrainingClub“ – abgelöst, den alle Shop- und Store-Mitarbeiter per App nutzen können. Die Themenvielfalt der Schulungen und Trainings erstreckt sich von Produkt- und Vertriebsschulungen bis hin zu Fraud und Arbeitsschutz. Diese werden über verschiedene Lernformate wie Video, Podcast, E-Learning sowie in Online- und Classroom-Trainingseinheiten angeboten [\[GRI 404-2\]](#).

Die Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter ist ein bedeutender Faktor für den Unternehmenserfolg. Vor diesem Hintergrund stand das Jahr 2023 unter dem Motto #freenetlernt und die Entwicklung der Mitarbeiter-Lernstunden wurde als Unternehmensziel in die variable Vergütung von Vorstand und Belegschaft aufgenommen. Infolgedessen konnten die formalen Lernstunden pro Mitarbeiter 2023 um über 30 % auf durchschnittlich 12,9 Stunden (Vorjahr: 9,8 Stunden) gesteigert werden [GRI 404-1]. Das Ziel einer Mindestlernzeit von elf Stunden wurde damit deutlich überschritten. Für die Zukunft soll dieses Ziel – auch unabhängig von dessen Relevanz für die Vergütung – fortbestehen.

**Tabelle 24: Kennzahlen zur Kompetenzentwicklung [GRI 404-1, GRI 404-3]**

Einheiten lt. Angabe	Einheit	2023	2022
<b>Durchführung Jahresentwicklungsgespräche</b>	%	<b>93,1</b>	<b>94,9</b>
<b>LMS-Nutzer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>1.996</b>	<b>1.428</b>
	<b>Ø Anzahl Lernstunden pro Mitarbeiter</b>	<b>12,9</b>	<b>9,8</b>
<b>Formale Lernstunden<sup>1</sup></b>	<b>Anzahl</b>	<b>278</b>	<b>266</b>
davon dual Studierende	Anzahl	29	27

<sup>1</sup> Die Definition der Kennzahl „Formale Lernstunden“ wurde im Zuge der Integration der Kennzahl in das Vergütungssystem (STIP 2023) von Vorstand und Belegschaft neu definiert, um die Aussagekraft der Kennzahl in Bezug auf das formale Lernen zu erhöhen. Die Vorjahreszahl wurde entsprechend der neuen Definition angepasst.

**Maßnahmen:** Die kontinuierliche fachliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeiter ist ein zentraler Faktor, um sich für die Zukunft erfolgreich aufzustellen. Im Jahr 2023 wurden neben den zahlreichen Angeboten im LMS knapp 180 individuelle Entwicklungsmaßnahmen durchgeführt. Als unterstützende Maßnahmen im Jahr des Lernens wurden Lernblocker mit Impulsen zur erfolgreichen Integration des Lernens in den Berufsalltag oder zu themenspezifischen Inhalten in Form einer Einladung zu einem 60 minütigen Termin an Mitarbeiter versendet. Weiterhin wurde zum Halbjahr eine Anpassung der Nutzungsrechte vorgenommen, um den Dialog zwischen Führungskräften und Mitarbeitern in Hinblick auf die Weiterentwicklung zu erleichtern und zu fördern. Seitdem haben Mitarbeiter Zugriff auf alle Inhalte im Campusportal, einschließlich solcher, die sie nur gemeinsam mit ihrer Führungskraft buchen können.

Kommunikativ wurde das Jahr des Lernens durch eine eigene Webseite begleitet, die mit Zahlen, Daten und Fakten die Mitarbeiter über Videos und Podcasts informiert und mit dem interaktiven Kanal weiterentwicklung@freenet den Austausch fördert. Zusätzlich wurde erstmalig eine Umfrage zur Lernkultur durchgeführt, deren Ergebnisse als Grundlage für die zukünftige Gestaltung der Lernkultur dienen. Ein wichtiger Aspekt der Lernkultur ist auch die Förderung des konzerninternen Wissenstransfers. Mit dem Kurzformat „Wissen

in 30 Minuten“ werden bereits seit 2018 in regelmäßigen Abständen relevante Themen von Mitarbeitern für Mitarbeiter vorgestellt. Ebenso werden viele Inhalte des Campusportals über Inhouse-Experten abgebildet mit dem Ziel, Expertise im Konzern weiterzugeben. 2023 wurde das neue informelle Format „Lunch & Learn: Führung meets HR“ eingeführt, in dem aktuelle Themen präsentiert werden und ein offener Dialog mit und zwischen Führungskräften gefördert wird.

Im Hinblick auf die Kompetenzentwicklung der Führungskräfte lag im Jahr 2023 der Fokus auf dem Thema „ideale Führungskraft“. In der Mitarbeiterumfrage wurde nach den Top-Eigenschaften einer Führungskraft gefragt. Vertrauen, Wertschätzung, Anerkennung von Leistung, Achtung der Gesundheit und Verbindlichkeit wurden diesbezüglich als die fünf wichtigsten Eigenschaften identifiziert. Auf Grundlage dieser Ergebnisse wurden gezielte Austauschformate für Mitarbeiter und Führungskräfte durchgeführt. Um Führungskräfte für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren, wurde an fünf Unternehmensstandorten eine ESG-Roadshow durchgeführt, in der die Nachhaltigkeitsstrategie der freenet AG mit standortspezifischen Schwerpunkten vorgestellt wurde.

Bereits seit 2008 gibt es bei freenet ein internes Programm zur gezielten Förderung von Leistungs- und Potenzialträgern. 2023 wurde das Programm nochmals überarbeitet mit dem Ziel, noch stärker das persönliche Wachstum der Teilnehmer durch individuelle Entwicklung zu fördern. Im Rahmen verschiedener Veranstaltungen werden Netzwerke aufgebaut sowie umfassendes Unternehmenswissen und Kompetenzen, wie ganzheitliches Denken und Handeln, Reflexionsfähigkeit und Selbstorganisation, vermittelt. Auch die freenet Shop GmbH bietet bereits seit 2012 spezifische Formate zur Förderung von Talenten in der Verkaufsberatung, die 2023 nochmals überarbeitet wurden. Ziel ist es, den Bedarf an qualifiziertem Verkaufspersonal zu decken und auch Quereinstieg zu erleichtern, die Beratungsqualität zu steigern, fachliche Entwicklungsperspektiven den Mitarbeitern zu bieten und diese zu binden [GRI 404-2].

Im Rahmen der Auswertung des Stimmungsbarometers 2023 wurde das Thema Karriere als zentrales Thema unter den Mitarbeitern identifiziert. Mit dem Ziel, ein Karriereverständnis zu schaffen und Mitarbeitern Raum für Reflexion, Inspiration und Networking in Bezug auf ihre berufliche Entwicklung bei freenet zu bieten, fand daraufhin erstmalig der „Reflect Day“ statt.

Neben Karrieren im Unternehmen fördert freenet auch den Berufseinstieg. Im Bereich der beruflichen Ausbildung und des dualen Studiums stellt freenet jährlich über 100 Ausbildungsplätze zur Verfügung, die sich insgesamt auf 25 Ausbildungsgänge an über 150 Ausbildungsorten verteilen. Begleitet werden die Auszubildenden durch gezieltes Onboarding, AzubiCamps und interne Schulungen. Erfolgreichen Hochschulabsolventen bietet freenet ein konzernweites einjähriges Fachtraineeprogramm an. Im Jahr 2023 absolvierten acht

Teilnehmer erfolgreich dieses Programm (Vorjahr: fünf Teilnehmer). Die Zahl der Auszubildenden belief sich im Berichtsjahr auf 278 (Vorjahr: 266), davon befanden sich 29 Personen im dualen Studium (Vorjahr: 27 Personen).

### Vielfalt

**Managementansatz:** Vielfalt ist in der freenet AG als grundsätzlicher Wert der Zusammenarbeit fest verankert und hebt die Bedeutung von Diversität für das Unternehmen hervor. Vielfalt bedeutet verschiedene Herangehensweisen, Wissensvielfalt, unterschiedliche Ideen und ein offener und wertschätzender Umgang miteinander. Allen Mitarbeitern sollen zudem die gleichen Möglichkeiten unabhängig von ihrer ethnischen oder sozialen Herkunft, Nationalität, Familienstand, Geschlecht oder geschlechtlicher Identität, Religion oder sexueller Orientierung geboten werden. Durch das Fördern und Fordern heterogener Teamzusammensetzungen sowie die individuelle Weiterentwicklung aller Mitarbeiter in ihren Kompetenzen entstehen Innovation und Kreativität, die die Wettbewerbsfähigkeit von freenet sichern.

**Steuerung:** Die Verantwortung, Vielfalt zu leben und zu etablieren, obliegt jeder Führungskraft im Konzern. Durch Vorleben der Führungskräfte, allgemeingültige Verhaltensgrundsätze und das aufmerksame Miteinander – begleitet durch das Ressort „Personal und ESG“ – soll sichergestellt werden, dass insbesondere in den Feldern Einstellung, Beförderung, Entlohnung und Aus- und Weiterbildung keine Diskriminierung stattfindet. Dabei wird explizit auf mögliche Diskriminierungsgründe gemäß Art. 3 des Grundgesetzes wie Alter, Behinderung, ethnische Herkunft, Familienstand, Rasse, Religion, Geschlecht, sexuelle Orientierung, soziale Herkunft und andere persönliche Merkmale geachtet.

Das Thema Geschlechtervielfalt ist hervorzuheben, da die freenet AG neben dem eigenen Anspruch auch dem „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen“ unterliegt. Für den Zeithorizont bis Ende 2026 hat sich freenet dementsprechend folgende Ziele gesetzt: Auf der ersten Führungsebene sollen 25 % und auf der zweiten Führungsebene 30 % der Führungskräfte Frauen sein. Die Zielerreichung sowie neue Zielsetzungen werden in der Erklärung zur Unternehmensführung ([fn.de/erklaerungzurunternehmensfuehrung](https://fn.de/erklaerungzurunternehmensfuehrung)) dargestellt [GRI 405-1]. Der konzernweite Frauenanteil unter den Angestellten liegt 2023 mit rund 30 % auf dem Niveau des Vorjahres. Darüber hinaus besteht die Belegschaft der freenet derzeit aus 62 Nationalitäten (Vorjahr: 60), die die Vielfalt im Konzern zusätzlich fördern.

Im Jahr 2023 gab es im Konzern, wie auch im Vorjahr, keine zu adressierenden Diskriminierungsvorfälle [GRI 406-1].

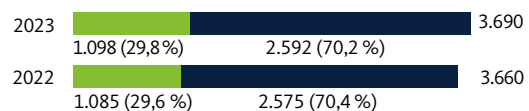
**Maßnahmen:** Vielfalt wird bei freenet bereits im Einstellungsprozess und darüber hinaus täglich in zahlreichen Maßnahmen, Führungsinstrumenten und -schulungen sowie Trainings gelebt. Der Schwerpunkt der Maßnahmen im Bereich „Vielfalt“ liegt auf der Frauenförderung. Im Vordergrund standen 2023 die Stärkung der internen Vernetzung von Frauen, die Vermittlung spezifischer Kompetenzen, die Schulung von Führungskräften im Hinblick auf Gender-Equality sowie die Förderung des externen Auftritts der freenet AG.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden in diesem Zusammenhang folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Weiterführung der Eventreihe #women@freenet mit Veranstaltungen zu den Themen Auftreten und Präsentieren sowie Führen von Verhandlungen
- Mit der ersten Veranstaltung „FOKUS Vertriebskünstlerin“ wurde für alle Frauen aus der Vertriebsorganisation eine Plattform geschaffen, um voneinander zu lernen, sich zu vernetzen sowie sich gegenseitig für den weiteren beruflichen Erfolg zu inspirieren
- Pilotierung von zwei Führungskräfteworkshops „Gender Equality: Tools für inklusiveres Führen“ mit dem Ziel, Führungskräften Werkzeuge an die Hand zu geben, die zur Förderung von Geschlechtergerechtigkeit und einem inklusiveren Arbeitsumfeld beitragen
- Fortführung und Förderung des wachsenden informellen Netzwerks „freenet Women“ sowie des Formats „Workdates für Frauen“
- Fortführung des Projekts zur gezielten Ansprache von Frauen insbesondere in Stellenanzeigen, mit dem Ziel, Bewerberinnen für freenet als Arbeitgeber zu begeistern und somit die Frauenquote im Konzern zu erhöhen
- freenet war 2023 Partner des Female Future Force Day in Berlin, einer Veranstaltung, die Frauen inspiriert, Perspektiven aufzeigt und Vernetzung fördert

**Abbildung 13: Beschäftigtenzahl nach Geschlecht zum 31.12. [GRI 2-7]<sup>1</sup>**

Einheiten lt. Angabe

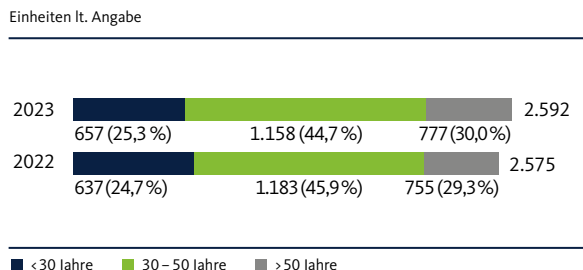


■ Frauen ■ Männer

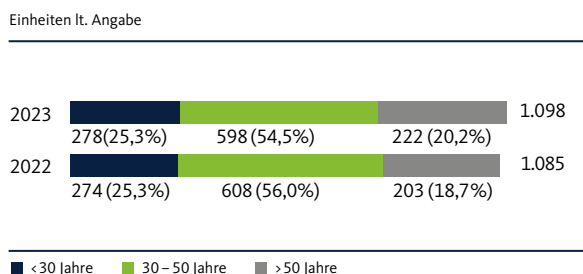
<sup>1</sup> Mitarbeiter mit Personenstand „divers“ sind in beiden Jahren nicht gemeldet.



**Abbildung 14: Männliche Mitarbeiter nach Alter zum 31.12. [GRI 405-1]**



**Abbildung 15: Weibliche Mitarbeiter nach Alter zum 31.12. [GRI 405-1]**



**Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

**Managementansatz:** Die Gesundheit der freenet Mitarbeiter genießt eine hohe Priorität. Hierzu gehört, meist durch einen präventiven Ansatz ein sicheres Arbeitsumfeld für alle Mitarbeiter zu schaffen und zu gewährleisten, die Gesundheit zu fördern und das psychische Wohlergehen zu beachten. Das Thema Arbeitssicherheit ist in Bezug auf die Media Broadcast in Anbetracht der spezifischen und risikoreicheren Geschäftstätigkeit von besonderer Relevanz, da die Servicemitarbeiter der freenet Tochtergesellschaft mit der Wartung und etwaigen Reparatur von teilweise mehrere hundert Meter hohen Sendemasten beziehungsweise Antennen betraut sind. Die Einhaltung strikter Sicherheitsstandards/-protokolle in diesem Bereich ist daher besonders relevant, da Unfälle gravierenden Einfluss auf die Gesundheit der Mitarbeiter haben.

**Steuerung:** Die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement werden im Wesentlichen von den dezentralen Personalabteilungen an den Standorten verantwortet. Die Gesamtverantwortung trägt das Vorstandsressort „Personal und ESG“. Im Übrigen wurden über die Konzerngesellschaften hinweg die gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitssicherheitsausschüsse gebildet. Der jeweilige Ausschuss setzt sich aus dem Arbeitgeber oder einem von ihm Beauftragten, zwei Betriebsratsmitgliedern, dem Betriebsarzt und einer Fachkraft für Arbeitssicherheit sowie einem Sicherheitsbeauftragten

zusammen. Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden (nachfolgend: Mitarbeiter, die keine Angestellten sind), sind ebenfalls durch diese Ausschüsse vertreten [GRI 403-1]. Die Mitglieder nehmen basierend auf den gesetzlichen Vorgaben ihre Fürsorgepflicht gegenüber dem Arbeitnehmer wahr, schulen regelmäßig die Führungskräfte an den Standorten zu Arbeitssicherheitsthemen und werden dabei durch externe Dienstleister unterstützt. Sie tagen viermal jährlich, überwachen und analysieren getroffene Maßnahmen rund um die physische und psychische Gesundheit sowie die Sicherheit der Belegschaft sowie der Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, und entwickeln Konzepte zur kontinuierlichen Verbesserung in dem jeweiligen Bereich. Im Rahmen von Gefährdungsbeurteilungen führt freenet Mitarbeiterbefragungen durch, welche zur Steuerung von Gesundheitsmaßnahmen und zur Optimierung der Arbeitsplätze eingesetzt werden [GRI 403-4].

Die Geschäftsführung der Media Broadcast hat gemäß § 13 Arbeitsschutzgesetz die Unternehmerpflichten zur Sicherung von Arbeits- und Gesundheitsschutz schriftlich an eine zuverlässige und fachkundige Person übertragen. Die Trägerin der Unternehmerpflichten ist gegenüber allen Mitarbeitern in Bezug auf Themen wie Verhütung von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren weisungsbefugt. Vierteljährlich tritt der Arbeitsschutzausschuss, bestehend aus Standortsicherheitsverantwortlichen, der ersten verantwortlichen Elektrofachkraft, dem Leiter HR, der Fachkraft für Arbeitssicherheit und dem Betriebsarzt, zusammen und berät die Anliegen des Arbeitsschutzes. Regionale Arbeitsschutzkreise tagen im jährlichen Rhythmus.

Indikatoren für die Beurteilung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind die Krankenquote, Betriebs- und Wegeunfälle und die Anzahl von Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen sowie arbeitsbedingt Verletzungen mit schweren Folgen. Die Krankenquote<sup>2</sup>, die monatlich an den Vorstand berichtet wird, ist von 6,7 % im Vorjahr auf 6,1 % im Geschäftsjahr 2023 zurückgegangen.

Die Betriebs- und Wegeunfälle im Konzern (ohne Media Broadcast) verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr von 22,5 Unfällen je 1.000 Mitarbeiter auf 20,3 Unfälle je 1.000 Mitarbeiter. Bei der Media Broadcast hat sich die Quote aus Betriebs- und Wegeunfällen im Vergleich zum Vorjahr v. a. aufgrund des starken Rückgangs der registrierten Wegeunfälle von 17,0 Unfällen je 1.000 Mitarbeiter im Vorjahr auf nun 5,7 Unfälle je 1.000 Mitarbeiter verringert. Im Jahr 2023 gab es, wie auch im Vorjahr, innerhalb des Konzerns weder Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen (2023: 0,0%, 2022: 0,0%) noch arbeitsbedingte Verletzungen mit schweren Folgen (2023: 0,0%, 2022: 0,0%). Diese Angaben gelten auch für Mitarbeiter, die keine Angestellten sind [GRI 403-9].

<sup>2</sup> Anteile von nicht erbrachter Arbeitskapazität aufgrund gesundheitlicher Einschränkungen [(Kranktage kalendertäglich \* 100) / Tage kalendertäglich].

Tabelle 25: Betriebs- und Wegeunfälle [GRI 403-9]

In je 1.000 Mitarbeiter	2023	2022
<b>Konzern (ohne Media Broadcast)</b>	<b>20,3</b>	<b>22,5</b>
davon Betriebsunfälle (Unfallanzeigen / -vermerke)	11,3	15,4
davon Wegeunfälle	9,0	7,1
<b>Media Broadcast</b>	<b>5,7</b>	<b>17,0</b>
davon Betriebsunfälle (Unfallanzeigen / -vermerke)	1,9	5,7
davon Wegeunfälle	3,8	11,3

**Maßnahmen:** Um die Gesundheit der Mitarbeiter zu sichern, finden u. a. regelmäßige Trainings zum Erst- sowie Brand-schutzhelfer statt und über die Personalentwicklung werden spezielle modulare Trainings für Führungskräfte zum Thema „Umgang mit Krankheit und Fehlzeiten von Mitarbeitern“ sowie „Gesund führen“ angeboten. Letztere sollen die Führungskräfte befähigen, in ihrem Bereich nicht nur für sichere, sondern auch gesunde Arbeitsplätze zu sorgen [GRI 403-5]. Um die Gesundheit der Belegschaft im Allgemeinen zu fördern und zu erhalten, werden üblicherweise jährlich Gesundheitstage an den Standorten durchgeführt. Für Mitarbeiter im stationären Handel gibt es Gesundheitsangebote in Zusammenarbeit mit einer Krankenkasse. Darüber hinaus werden allen freenet Beschäftigten arbeitsmedizinische Untersuchungen, wie z. B. jährlich die G37-Augenuntersuchung sowie eine kostenlose Gripeschutzimpfung und zusätzlich für Logistik und Außendienst G25- und G41-Untersuchungen, angeboten. Die Terminbuchung der Gesundheitsangebote ist über das Intranet möglich [GRI 403-3]. Das mit einem externen Dienstleister durchgeführte Pilotprojekt „Employee Assistance Program“, das Beschäftigte dabei unterstützen sollte, mit beruflichen und privaten Herausforderungen besser umzugehen, wurde beendet und dessen Weiterführung in gleicher oder ähnlicher Form evaluiert.

Des Weiteren finden regelmäßig Standortbegehungen mit dem Ziel statt, mögliche Verbesserungen der Arbeitsbedingungen zu schaffen. Unter dem Namen „aktiv & gesund“ wurde im Jahr 2020 ein eigener Kommunikationskanal ins Leben gerufen, der die Mitarbeiter mit Sportangeboten sowie Tipps und Tricks rund um die Gesundheit allgemein, aber auch speziell für die Zeit im mobilen Arbeiten versorgt. Seit 2021 gibt es im LMS außerdem einen eigenen „aktiv & gesund“-Bereich, welcher den Mitarbeitern Impulse u. a. zu Themen wie Achtsamkeit und Umgang mit Stress gibt. Zur Überprüfung der Wirksamkeit der Maßnahmen wurde 2022 für die freenet DLS GmbH am Standort Büdelsdorf erfolgreich das Verfahren zum Erlangen des Deutschen Siegels Unternehmensgesundheit durchgeführt und die Siegelstufe Silber erreicht. Das Siegel ist bis Herbst 2025 gültig.

Eine zentrale Maßnahme im betrieblichen Arbeitsschutz der Media Broadcast ist die Gefährdungsbeurteilung, in der die Gefahren bei Wartungs- und Instandhaltungsarbeiten sowie

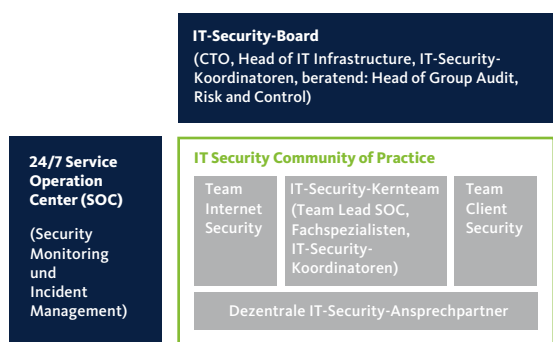
bei Auf- und Rückbaumaßnahmen beschrieben, Schutzmaßnahmen aufgeführt und regelmäßig überprüft werden. Ergänzend zur Gefährdungsbeurteilung unterhält Media Broadcast schriftliche Sicherheitskonzepte mit entsprechenden Sicherheitsbestimmungen, zu denen betroffene Mitarbeiter und Vertragspartner entsprechend geschult werden. Das Thema Arbeitssicherheit an höher gelegenen Arbeitsplätzen (Funktürme, Sendemasten) ist von besonderer Bedeutung. Dementsprechend werden Vorkehrungen getroffen, um den hohen Sicherheitsanforderungen zum Schutz des Mitarbeiters gerecht zu werden. Alle betroffenen Mitarbeiter sind mit einer individuellen Schutzausrüstung und einem Sicherheits-Equipment ausgestattet, die stets den aktuell gültigen Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften sowie den europäischen Normen (Verordnung (EU) 2016/425, Richtlinie 2014/34/EU, Richtlinie 85/374/EWG) entsprechen. Zudem sind die Mitarbeiter verpflichtet, regelmäßig betriebsärztliche Untersuchungen wahrzunehmen, einmal im Jahr an Steige-/ Rettungsübungen sowie alle drei Jahre an Aufbauseminaren für Absturzsicherung und Rettungsmaßnahmen teilzunehmen. Erforderliche rechtlich-regulatorische Arbeitsschutzunterweisungen werden bei der Media Broadcast seit 2022 zentral als Pflicht-E-Learnings über die Plattform lawpilots durchgeführt [GRI 403-5].

### Digitale Verantwortung

**Managementansatz:** Die zunehmende Berichterstattung über Cyber-Angriffe auf Unternehmen und den Missbrauch von Kundendaten lässt den Rückschluss auf eine allgemein gestiegene Bedrohungslage zu. Laut einer aktuellen Studie des Digitalverbands Bitkom ist nahezu die gesamte deutsche Wirtschaft mittlerweile von Datendiebstahl, Spionage oder Sabotage betroffen, wobei Cyber-Attacken für fast drei Viertel der Schäden verantwortlich gemacht werden. Der Täterkreis wird häufiger mit organisierter Kriminalität in Verbindung gebracht und operiert geografisch zunehmend aus Russland und China heraus. Zudem rücken vor dem Hintergrund einer beabsichtigten weiteren Digitalisierung der Gesellschaft konsequenterweise Datenschutz und Datensicherheit noch stärker in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Fokus. In der Informations- und Kommunikationsbranche, in der freenet verortet ist, waren die beiden Themen bereits in der Vergangenheit besonders relevant. Zum einen durch ein hohes Maß gesetzlich definierter Anforderungen an Datenschutz und Informationssicherheit, deren regulatorischer Rahmen kontinuierlich angepasst wird. Zum anderen aufgrund eines Selbstinteresses, das sich aus der Ambition eines hohen Digitalisierungsgrads der eigenen Geschäftsprozesse ergibt, sowie daraus, dass Millionen von Kunden freenet persönliche Daten im Rahmen der Vertragsbeziehung anvertrauen. Ein verantwortungsbewusstes Handeln ist daher unerlässlich für den Erhalt der Kundenloyalität, der Reputation und in letzter Konsequenz für den Erfolg von freenet. Mithin bilden Datenschutz und -sicherheit eines der fünf Prinzipien der freenet IT-Strategie.

**Steuerung:** Unter der Leitung des IT-Vorstands (CTO) stellt die freenet IT zentral sämtliche IT-Leistungen (z. B. Arbeitsplatzausstattung oder IT-Infrastruktur) zum Betrieb des Geschäfts bereit. Die im Jahr 2018 erlassene Informationssicherheitsleitlinie bildet die Grundlage für den Umgang mit Daten, Systemen und allen an einem digitalen Arbeitsplatz notwendigen Informationen.

**Abbildung 16: Zentrale Funktionen der freenet IT-Sicherheitsorganisation**



Die IT-Sicherheitsorganisation der freenet AG umfasst definierte Rollen und Verantwortungen und einen dedizierten, verbindlichen Prozess zum Security-Incident-Management. Zentrale Funktionen in der Sicherheitsorganisation nehmen das IT-Security-Board als Entscheidungsgremium, die IT-Security-Koordinatoren zur zentralen Koordination aller Security-Maßnahmen und ferner die dezentralen IT-Security-Ansprechpartner in den einzelnen IT-Bereichen ein. Das IT-Security-Board setzt sich zusammen aus dem CTO, dem Head of IT Infrastructure sowie den IT-Security-Koordinatoren. Es wird vom Head of Group Audit, Risk and Control beratend unterstützt. Das IT-Security-Board gibt das Sicherheitskonzept und die Sicherheitsrichtlinien vor. Darüber hinaus entscheidet es über die zur Einhaltung dieser Vorgaben notwendigen Maßnahmen. Im Falle eines eingetretenen IT-Security-Incidents dient es als Eskalationsstufe. Die Teams Client Security und Internet Security unterstützen die dezentralen Security-Ansprechpartner in ihrer Verantwortung für die IT-Sicherheit, indem sie sowohl das Konzernnetzwerk, Clients als auch den Netzwerkverkehr innerhalb als auch an den äußeren Grenzen des Netzwerks mit KI-basierter Security-Technologie analysieren und schützen. Die Bedrohungslage wird analysiert und daraus Handlungsempfehlungen entwickelt. Die Spezialisten der Teams besprechen im IT-Security-Kernteam gemeinsam mit den IT-Security-Koordinatoren und der SOC-Teamleitung IT-Security-Themen und Notfälle auf fachlicher und technischer Ebene und beraten die dezentralen IT-Security-Ansprechpartner als auch das IT-Security-Board fachlich und technisch fundiert.

Interne Security-Incidents und relevante IT-Security-Bedrohungen von außen werden durch ein Dashboard visualisiert, vom IT-Security-Kernteam analysiert und schließlich die Gegenmaßnahmen von Security-Incident-Managern koordiniert. Externe Partner unterstützen zudem bedarfsabhängig im Falle eines Cyber-Angriffs bei der Incident Response und führen forensische Analysen durch. Ergänzend hierzu verfügt die freenet IT über einen regelmäßig getesteten Krisen- und Notfallplan sowie einen Wiederanlaufplan für die IT-Infrastruktur und Software-Applikationen, um potenzielle Ausfälle oder Einschränkungen auf ein Minimum zu beschränken.

Die interdisziplinäre Zusammenarbeit verschiedener IT-Funktionen in einer Community of Practice, die Einbindung der Management-Ebene und nicht zuletzt die adressatengerechte Information über die niedrigschwellige Bearbeitung von IT-Security-Vorfällen durch das Service Operation Center (SOC) und dezentrale IT-Ansprechpartner verdeutlichen die tiefgreifende organisatorische Verankerung des IT-Sicherheitsbewusstseins in der freenet Unternehmenskultur.

**Maßnahmen:** Zur Gewährleistung der Informationssicherheit ist seit 2018 ein weitestgehend automatisiertes Security-Patch-Management etablierter Bestandteil des Regelbetriebs in allen IT-Bereichen. So ist freenet in der Lage, auf sich verändernde Bedrohungslagen schnell und adäquat zu reagieren. Zusätzlich werden die Online-Portale durch eine intelligente Bedrohungserkennung und automatische Abwehr geschützt. Seit 2022 sind die E-Mail-Services der freenet Tochtergesellschaft freenet.de mit dem IT-Sicherheitskennzeichen des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ausgezeichnet. Damit macht freenet die Konformität seiner E-Mail-Dienste mit einschlägigen Sicherheitsstandards gegenüber dem Kunden transparent bzw. verpflichtet sich dazu, mögliche durch das BSI identifizierte Schwachstellen zu beheben oder Sicherheitsupdates bereitzustellen.

Die Media Broadcast als Teil der freenet verfügt darüber hinaus seit 2013 über eine ISO 27001-Zertifizierung und hat mit einem etablierten Informations-Sicherheits-Management-System (ISMS) Prozeduren zur Sicherstellung der Informationssicherheit im Fall von outgesourcter Datenverarbeitung eingeführt und zertifiziert. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung befand sich die Media Broadcast in der Rezertifizierung nach ISO 27001.

Des Weiteren führen externe Sicherheitsexperten im Auftrag der Internen Revision regelmäßig Penetrationstests der exponierten IT-Systeme durch, um die Datensicherheitskonzepte zu prüfen. Ergänzend werden die Verlässlichkeit und Sicherheit der Infrastruktur und Prozesse mit unterschiedlichen Schwerpunkten regelmäßig durch Aufsichtsbehörden einer Routineprüfung unterzogen. Letztmalig fand im Jahr 2019 eine anlasslose Untersuchung durch den Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) statt, die ohne wesentliche Beanstandungen blieb. Darüber hinaus hat die Bundesnetzagentur (BNetzA)

## KONZERNLAGEBERICHT

14	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur	34	Prognosebericht
16	Unternehmensstrategie und -ziele	38	Chancen- und Risikobericht
19	Unternehmenssteuerung	49	Nichtfinanzielle Konzernklärung
24	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	84	Corporate Governance und sonstige Angaben
27	Überblick über den Geschäftsverlauf		

im Jahr 2021 das IT-Sicherheitskonzept der freenet nach § 166 Telekommunikationsgesetz (TKG) auditiert und ohne Beanstandungen abgeschlossen.

Über den betrieblichen Rahmen rund um IT-Sicherheit hinaus engagiert sich die Media Broadcast bei KRITIS – einer gemeinsamen Initiative des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe und des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik zum Schutz kritischer Infrastrukturen. Im Jahr 2020 wurde Media Broadcast als eines der ersten Unternehmen in Deutschland gemäß der nationalen KRITIS-Strategie als ein Betreiber von kritischen Infrastrukturen im Sektor „Medien und Kultur“ bestätigt. Als Plattformbetreiber für TV und Radio nimmt die Media Broadcast diesen gesamtgesellschaftlichen Auftrag zur krisenfesten Aufrechterhaltung von Sendern sehr ernst. Sie ist Mitglied im Branchenarbeitskreis „Medien und Kultur“.

Neben der Informationssicherheit sehen die IT und die Führungsebenen den Datenschutz als weitere zentrale Aufgabe. Die im Konzern fest etablierten Datenschutzbeauftragten wirken in der Organisation durch Beratung und Überwachung weisungsunabhängig auf die Einhaltung der Gesetze und Vorschriften über Datenschutz hin und haben darüber hinaus die Aufgabe, die ordnungsgemäße Anwendung der Datenverarbeitungsprogramme, mit deren Hilfe personenbezogene Daten verarbeitet werden sollen, zu überwachen. Sämtliche datenschutzrelevanten Themen und Projekte werden mit dem Datenschutzbeauftragten des Konzerns im Vorfeld abgestimmt. Bei allen IT-Maßnahmen, die Mitarbeiterdaten betreffen, wird der IT-Kontrollausschuss des Betriebsrats konsultiert. Des Weiteren werden Vorstand und Aufsichtsrat, beziehungsweise dessen Ausschüsse, regelmäßig über die relevanten Entwicklungen und Anforderungen im Bereich des Datenschutzes informiert. Für die Dienstleister der freenet IT wird bereits vertraglich bei der Beauftragung sichergestellt, dass sowohl die Datenschutzbelange der Kunden im Rahmen der Auftragsverarbeitung als auch die Datensicherheit auf dem regulatorisch geforderten Niveau gewährleistet sind. Zur Prüfung der Umsetzung der datenschutzrechtlichen Vorgaben werden bei Dienstleistern und Vertriebspartnern datenschutzrechtliche Audits durchgeführt. Soweit Kundendaten für Analysezwecke oder zur Produktgestaltung genutzt werden, ist jeweils durch einen Freibeprozess sichergestellt, dass diese im erforderlichen Maße pseudonymisiert oder anonymisiert werden.

Im Verhältnis zur Zahl von rund 9,5 Millionen Abonnenten mit Laufzeitverträgen sowie 3.690 Mitarbeitern gab es im Jahr 2023 – wie auch im Vorjahr – nur eine sehr geringe Anzahl an Beschwerden und Anfragen zum Datenschutz. Die Abteilung Datenschutz stellt sicher, dass Kunden und Dritte ihre gesetzlich garantierten Rechte geltend machen können und Ansprüche zeitnah erfüllt werden. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um Nachfragen zur Erfüllung der Auskunftsverpflichtungen aus Art. 15 der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) oder um Anträge auf Datenlöschung

nach Art. 17 DSGVO. Im Geschäftsjahr gab es eine begründete Beschwerde in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten (Vorjahr: 0). Die Verletzung stand nicht im Zusammenhang mit Ereignissen der Vorjahre. Darüber hinaus gab es, wie auch im Vorjahr, keine ermittelten Fälle von Datendiebstahl und Datenverlust im Zusammenhang mit Kundendaten [GRI 418-1]. Die Verletzung wurde unverzüglich abgestellt und der zuständigen Aufsichtsbehörde gemeldet. Gegen Unternehmen der freenet AG sind, wie im Vorjahr, auch 2023 keine Sanktionen, auch nicht in Form von Bußgeldern, wegen Verletzung des Datenschutzes verhängt worden.

freenet hat die umfassenden Anforderungen der DSGVO konzernweit umgesetzt und Richtlinien sowie Prozesse für den Umgang damit definiert und eingeführt. freenet Kunden sollen weitgehende Transparenz hinsichtlich der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten erlangen können. Dies gewährleistet freenet, indem sie bei ihren Online-Auftritten jeweils in der Rubrik „Datenschutz“ umfangreiche Informationen zu diesem Thema bereitstellt. Die Inhalte werden regelmäßig – auch unter Berücksichtigung von Kundenanfragen aus dem Customer-Care-Center – hinsichtlich ihrer Verständlichkeit evaluiert und angepasst. Zudem kann jeder Kunde Auskunft darüber verlangen, welche Daten über ihn gespeichert sind, sowie eine Korrektur oder Löschung fordern. Das ermöglicht dem Kunden, selbst eine Entscheidung darüber zu treffen, was mit seinen Daten geschehen soll. Im Kundenbereich der freenet Internetpräsenz wird zudem jedem Kunden die Möglichkeit gegeben, die eigenen Bestandsdaten sowie abgegebene Einwilligungen einzusehen und bei Bedarf zu ändern. Als Reaktion auf die zunehmende Bedrohung der digitalen Souveränität unserer Kunden durch Identitätsdiebstahl hat die freenet in diesem Jahr in Abstimmung mit dem BfDI begonnen, die Authentifizierungsanforderungen im Call Center zu erhöhen. Alle Kunden werden sich zukünftig vor Gesprächsbeginn durch eine sogenannte Service-PIN authentifizieren müssen. Diese wird den Kunden initial durch freenet zugewiesen.

Alle freenet Mitarbeiter sind zudem neben den datenschutzrechtlichen Vorgaben auf die regelmäßig aktualisierten Anweisungen von freenet zur Vertraulichkeit verpflichtet. Ihnen stehen jederzeit ein umfangreiches Wiki und Online-Schulungen zum Datenschutz und zur Datensicherheit zur eigenen Weiterbildung zur Verfügung. Daneben werden Teams, die besonders häufig mit datenschutzrechtlichen Fragestellungen konfrontiert werden, vom jeweiligen Datenschutzbeauftragten aufgabenspezifisch geschult. Bei der Media Broadcast werden seit 2022 alle Mitarbeiter jährlich und verpflichtend zu den Themen Datenschutz und Informationssicherheit geschult. Bei den Schulungen handelt es sich um Pflichtunterweisungen, die als zentrale E-Learnings durchgeführt und mit einer Lernerfolgskontrolle bzw. einem Zertifikat abgeschlossen werden. Für alle wesentlichen Bereiche im Unternehmen wird jeweils ein Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten für alle Datenverarbeitungsprozesse geführt und regelmäßig auf Aktualität überprüft. Ferner finden für

die Verarbeitung von Kundendaten regelmäßige Analysen des Schutzniveaus statt, um daraus angemessene Maßnahmen abzuleiten.

## Kundenbelange

### Übergeordneter Ansatz und Steuerung

Für den Geschäftserfolg der freenet AG ist es entscheidend, neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu halten. Entsprechend ist der Abonnenten-Kundenstamm, der sich aus verschiedenen relevanten Kundengruppen zusammensetzt, als nichtfinanzieller Leistungsindikator in das Steuerungssystem der freenet AG integriert (vgl. Unternehmenssteuerung).

Die zunehmende Digitalisierung und sich ändernde Lebensweisen ändern auch die Bedürfnisse und Anforderungen, die Kunden an den erbrachten Service stellen. Gemäß der Unternehmensvision möchte freenet für alle Stakeholder, insbesondere auch für ihre Kunden, immer die richtige Wahl sein. Das Leistungsversprechen umfasst daher eine bedarfsorientierte und nah am Kunden ausgerichtete Beratung. Der Austausch mit dem Kunden erfolgt über verschiedenste Kontaktpunkte. Als lernende Organisation optimiert die freenet AG bestehende und entwickelt neue Produkte und Dienstleistungen stets im Einklang mit gesetzlichen Vorgaben und gemäß den eigenen hohen Anforderungen, um auch in Zukunft am Markt erfolgreich bestehen zu können. Dies gilt insbesondere für den gesättigten Mobilfunkmarkt in Deutschland, in dem die Pflege und Qualität der Kundenbeziehungen eine bedeutende Rolle einnimmt.

Kundenfokussiertes Handeln ausgerichtet an den Interessen und Bedürfnissen der Kunden steht daher im Mittelpunkt des Handelns. Ziel ist die konsequente Ausrichtung der Marken und Produkte an den jeweiligen Kundenbedürfnissen und -erwartungen, um die Kundengewinnung bzw. -bindung zu stärken. Dies schließt auch einen vertrauensvollen, datenschutzkonformen Umgang mit Kundendaten ein (vgl. Digitale Verantwortung) sowie eine konsequente Umsetzung des Verbraucherschutzes.

Der Schutz des Verbrauchers begleitet freenet vom Vertragsabschluss über die gesamte Vertragslaufzeit hinweg und beinhaltet auch die Altgeräte-Entsorgung. Mit Inkrafttreten des neuen Telekommunikationsgesetzes im Dezember 2021 wurden das Kündigungsrecht modifiziert und zusätzliche Informationspflichten vor Vertragsabschluss eingeführt, mit dem Ziel, den Verbraucherschutz in Deutschland zu stärken. Die Gesetzesänderung erforderte umfangreiche prozessuale und systemtechnische Anpassungen, die freenet fristgerecht umsetzte. Neben der Bereitstellung von Produktinformationsblättern zu jedem angebotenen Tarif besteht unter anderem die Pflicht, Telekommunikationskunden vor Vertragsabschluss eine klare und leicht lesbare Zusammenfassung der Vertragsbedingungen zur Verfügung stellen, die festgelegte, verständliche Angaben zum Vertrag enthält.

Um eine ordnungsgemäße Entsorgung von Altgeräten sicherzustellen und negative Folgen für Umwelt und Mensch zu vermeiden, stellt freenet sicher, dass bestellte Produkte (wie z. B. Smartphones oder Accessoires) dem Kunden inklusive der Original-Betriebsanleitung des Herstellers mit Produktbeschreibung und Hinweisen zur fachgerechten Entsorgung zugehen. Zusätzlich können sich freenet Kunden in den Shops und Stores oder online über die bestehenden umweltfreundlichen Möglichkeiten zur Altgerätückgabe bei ihrem Vertragspartner oder an anerkannten Sammelstellen informieren. Neben fachgerechtem Recycling vermittelt freenet bspw. auch einen Ankaufservice für Altgeräte (vgl. Nachhaltige Produktlösungen und Produktinnovationen) [\[GRI 417-1\]](#).

Die freenet AG hat folgende kundenbezogene Themen, die als wesentlich für ein positives Kundenerlebnis, die Kundenzufriedenheit und damit für die Entwicklung des nichtfinanziellen Leistungsindikators „Abonnenten-Kundenstamm“ gesehen werden, im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse identifiziert:

1. Servicequalität
2. Netzqualität
3. Nachhaltige Produktlösungen und -innovationen
4. Digitale Teilhabe

Die übergeordnete Verantwortung für jegliche direkte Kundeninteraktion sowie die Präsentation von Produkten und Angeboten liegt beim Vorstandsvorsitzenden (CEO). Die regelmäßig an den CEO berichtende Unternehmenseinheit Customer-Service-Management (CSM) steuert in diesem Zusammenhang die Kundenzufriedenheit in Bezug auf die Qualität im Kundenservice. Der Kundenvorstand (CCE) verantwortet alle Aktivitäten von der Neukundengewinnung über Bestandskundenpflege bis hin zur Kundenrückgewinnung sowie den Ausbau einer kundenzentrierten Unternehmenskultur. Zur Umsetzung dieser Vorhaben wurden in dem Vorstandsressort zwei zentrale Unternehmenseinheiten etabliert: (1) Market Research & Customer Advocacy und (2) Customer-Management. Erstere ist primär verantwortlich für Marktforschung und Kundenbefragungen, letztgenannte Einheit verantwortet die Planung, Steuerung und Durchführung aller interaktiven Prozesse über den Kundenzyklus.

### Servicequalität

**Managementansatz:** Servicequalität wird in der freenet AG mit ihren rund 9,5 Millionen Abonnenten als strategisches Asset für den Unternehmenserfolg verstanden, da die Loyalität gestärkt sowie Cross- und Up-Selling-Potenziale realisiert werden können. Der Servicegedanke der freenet AG setzt dabei auf die Einbeziehung eines Kundenservices, die Einbindung der Shops und Stores sowie ein umfassendes digitales Angebot an Kundenkontaktmöglichkeiten. Ein wichtiges Element für die Verbesserung der Servicequalität bildet die regelmäßige, systematische Analyse der Haupttreiber für (Service-)Kontakte mit den Kunden. Die Ergebnisse der Analyse ermöglichen eine kontinuierliche Verbesserung des Kundenerlebnisses durch den Ausbau der Serviceleistungen

mit dem ökonomischen Ziel der Verlängerung des Kundenlebenszyklus und aktiven Prävention von Kundenabwanderung.

**Steuerung:** Neben der Einbindung externer Marktforschungsstudien stellt die Durchführung regelmäßiger Kundenzufriedenheitsanalysen (KZA) ein wichtiges Steuerungsinstrument dar. Letztere liefern Informationen über Zufriedenheit, Erwartungen und Verbesserungspotenziale des Kundenerlebnisses und ermöglichen eine dezidierte Messung der wahrgenommenen Servicequalität über den gesamten Kunden-Lifecycle an allen Service-Touchpoints. Neben der stetigen Weiterentwicklung des Kundenerlebnisses ist eine langfristige Kundenbindung bzw. -loyalität Ziel der KZA.

Die KZA im Kundenservice (Service-KZA) baut auf einem etablierten Kennzahlensystem und Zielwerten auf und ermöglicht damit Rückschlüsse auf die Servicequalität. Sie umfasst sowohl wiederkehrende als auch wechselnde sowie offene Fragen. Die Bereiche Market Research & Customer Advocacy und CSM stehen im Hinblick auf die Kundenzufriedenheitsentwicklung im regelmäßigen Austausch, um mögliche Entwicklungspotenziale zu bewerten und Maßnahmen abzuleiten.

Im Sinne eines ganzheitlichen – nicht nur auf den Kundenservice beschränkten – Ansatzes wird die Kundenzufriedenheit im Segment Mobilfunk von der Abteilung Market Research & Customer Advocacy entlang der gesamten Customer Journey regelmäßig und zu definierten Messzeitpunkten erfasst, bspw. nach Vertragsabschluss, am Ende der Kundenentwicklungsphase oder nach einer Vertragsverlängerung. In die Auswertung fließen auch die Ergebnisse der Service-KZA ein. Im Rahmen der KZA werden ausschließlich Kunden mit 24-Monatsverträgen, mit Werbeerlaubnis und vorhandener E-Mail-Adresse befragt. Der Kunde bewertet seine Zufriedenheit auf einer Bewertungsskala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (sehr unzufrieden).

Die Ergebnisse werden monatlich als Durchschnittswert unter Einbeziehung unterschiedlicher Gewichtungen der Messzeitpunkte zur Kennzahl „Kundenzufriedenheit Mobilfunk“ aggregiert. Die hier berichtete Kennzahl entspricht dem Mittelwert der monatlichen Zufriedenheitsbewertung durch die befragten Kunden und lässt für das Geschäftsjahr 2023 mit einer Zufriedenheitsausprägung von 2,4 (Vorjahr: 2,4) erneut eine überdurchschnittliche Zufriedenheit erkennen (Bewertungsskala 3,0 = Kunde weder zufrieden noch unzufrieden). Als fachbereichsübergreifendes Steuerungsinstrument trägt die KZA zu einem effektiven Kundenzufriedenheitsmanagement bei. Die Erhebung der Kundenzufriedenheit soll perspektivisch auch auf den Geschäftsbereich TV ausgeweitet werden.

**Maßnahmen:** Um insbesondere im Bereich des telefonischen Kundenservices zukunfts- und wettbewerbsfähig aufgestellt zu sein, wurde im Jahr 2017 im Rahmen eines Business Process Outsourcing der Kundenservice an die Capita Customer Services GmbH (Germany) ausgelagert. Die Abteilung CSM verantwortet und sichert die Zusammenarbeit mit dem Partner.

Eine umfassende Steuerungsstruktur und die permanente Auswertung der Kundenkontakte gewährleisten die Einhaltung vereinbarter Leistungskennziffern auf Basis eines Bonus-Malus-Systems und eine stetige Verbesserung der Servicequalität. Der Partner führt hierzu regelmäßige Mitarbeiterschulungen durch und kontrolliert die Einhaltung von Gesprächsleitfäden, deren Inhalte laufend mit dem Bereich CSM abgestimmt und vereinbart werden.

Zur Sicherung des Kundenservices während der Coronapandemie hatte die freenet AG im Jahr 2021 eine Vereinbarung über „alternierende Teleheimarbeit zur Erbringung der Kundenservice-Dienstleistung“ geschlossen. Die Vereinbarung wurde auch 2023 fortgeführt, um sich einen wichtigen Wettbewerbsvorteil in einem von Fachkräftemangel geprägten Arbeitsmarkt zu sichern. Alle datenschutzrechtlichen Anforderungen wurden dabei eingehalten und finden sich in genannter Vereinbarung wieder.

Bereits seit 2018 forciert freenet den Ausbau des digitalen Kundendialogs. Im Geschäftsjahr 2023 konnte der Anteil der freenet Mobilfunkkunden (mit Laufzeitverträgen), die über einen Zugang zum Self-Service-Portal „mein Konto“ (freenet-mobilfunk.de) verfügen, auf 66 % (Vorjahr: 61 %) gesteigert werden. Gleichzeitig stieg der Anteil der freenet Vertragskunden, die über einen Zugang zur Kunden-App „freenet Mobilfunk“ verfügen, auf 34 % (Vorjahr: 29 %).

Der Funktionsumfang innerhalb der Self-Service-Portale „mein Konto“ (freenet-mobilfunk.de) sowie „mein Klarmobil“ hat in den letzten Jahren deutlich an Reifegrad gewonnen, sodass Kunden in diesen Portalen unter anderem die Möglichkeit haben, verbrauchtes Datenvolumen einzusehen, neues Datenvolumen zu buchen, Drittanbietersperren zu setzen, Stammdatenänderungen durchzuführen, Rechnungen einzusehen oder eine SIM-Karte zum Beispiel aufgrund von Diebstahl oder Verlust sperren zu lassen. Im Jahr 2023 lag der Fokus daher nicht auf dem Ausbau weiterer Funktionen, sondern vielmehr in der Nutzungssteigerung des digitalen Angebots durch Kunden.

Seit Juli 2022 haben freenet Kunden auch die Möglichkeit, abgeschlossene Verträge in Dauerschuldverhältnissen (u. a. Mobilfunklaufzeitverträge) online über einen sogenannten „Kündigungsbutton“ zu kündigen. Diese Möglichkeit wurde auch im Geschäftsjahr 2023 positiv angenommen.

Der Kommunikationskanal WhatsApp wurde im Oktober 2023 aufgrund technischer Hindernisse ohne spürbare Effekte auf die Kundenzufriedenheit abgeschaltet. Stattdessen ist für das Jahr 2024 die Implementierung eines webbasierten Kundenchats auf Basis modernster Bot-Technologien geplant. Der dafür notwendige Umbau der technischen Infrastruktur ist im Geschäftsjahr 2023 erfolgt.

Seit Dezember 2023 werden durch den testweisen Betrieb eines sog. „Phone-Bots“ für freenet FUNK-Kunden

Erkenntnisse zum Einsatz von Conversational-AI-Technologie gesammelt, mit dem Ziel, die Kundenzufriedenheit und den Grad der Automatisierung weiter zu steigern. Im Falle einer erfolgreichen Testphase soll diese Technologie bei allen Mobilfunkmarken der freenet AG zum Einsatz kommen.

Im Jahr 2024 soll die Automatisierungsquote durch eine verstärkte Nutzung der digitalen Self-Service-Angebote weiter gesteigert und das Kundenkontaktvolumen durch Vereinfachung von Geschäftsprozessen und Verbesserung in der Kundenkommunikation weiter reduziert werden. Im Dezember 2023 lag die Automatisierungsquote der Marke freenet bei insgesamt 49,3 % und konnte im Vergleich zum Dezember des Vorjahres um fünf Prozentpunkte gesteigert werden. Der freenet Kundenservice ist nicht nur auf den virtuellen Bereich beschränkt, sondern auch im stationären Handel fest etabliert. Neben Hilfestellung bei der Aktivierung und Sperrung von SIM-Karten bietet freenet in seinen Ladengeschäften bspw. auch die Ausgabe von Ersatz-SIM-Karten an.

**Netzqualität**

Managementansatz: Ob Privatwirtschaft, öffentliche Einrichtung, Kabelnetzbetreiber oder TV-Rundfunkveranstalter – modernes Arbeiten und erfolgreiche Geschäftstätigkeit funktionieren nur mit stabilen und zukunftsfähigen Netzwerken. Die Sicherstellung der Verfügbarkeit und Qualität der über verschiedene Netzinfrastrukturen angebotenen Leistungen der freenet AG ist daher zentral für die Kundenzufriedenheit. Im Bereich Mobilfunk ist die Einflussnahmemöglichkeit insgesamt begrenzt, da die diesbezügliche Verantwortung bei den Mobilfunknetzbetreibern liegt, von denen die freenet AG als Mobilfunk-Service-Provider ihre Leistungen bezieht. Media Broadcast wiederum plant, baut und betreibt Netzwerke und ist Marktführer im Bereich digital-terrestrischer TV- und Radio-Verbreitung (DVB-T2 sowie DAB+) in Deutschland. Diese Marktposition wurde in den letzten zehn Jahren durch Innovation, unternehmerische Risikobereitschaft und im Wettbewerb erarbeitet. Als erfahrener IT- und Servicepartner für Kontributions- und Distributionsnetze entwickelt Media Broadcast individuelle Lösungen für den bundesweiten, regionalen und lokalen Netzbetrieb. Die Netzqualität ist daher maßgeblich für die Produktqualität, woraus sich für das Segment TV und Medien eine hohe Bedeutung und ein höherer Einfluss als im Segment Mobilfunk ableitet.

Steuerung: Zentral für die angebotenen Lösungen der Media Broadcast ist der IP-Backbone. Das Software-Defined-Network verbindet die Rundfunk- und Medienbranche Deutschlands mit hoher Geschwindigkeit in einer sicheren, abgeschlossenen Umgebung. Auf dieser Netzstruktur werden flexible Services und Lösungen für die individuellen Bedürfnisse der Kunden entwickelt. Die Architektur als Software-Defined-Network erfüllt dabei den Anspruch der Kunden an Flexibilität bei hoher Sicherheit und Verfügbarkeit. Für alle Dienste wird eine hohe Sicherheit geboten, die durch dedizierte Rechenzentren, eine abgeschlossene Netzstruktur, vollständig redundante Übertragung der Signale und ein 24/7-Monitoring

gewährleistet wird. Innerhalb der Media Broadcast werden Netzwerkplanung, -design und -überwachung durch drei Abteilungen verantwortet, die im Bereich Produktmanagement verortet sind, der direkt an die Geschäftsführung der Gesellschaft berichtet.

Wesentlicher Indikator zur Bewertung der Produktionsqualität ist der KPI „Ausfallminuten pro Jahr“. Die Leistungskennzahl reflektiert sowohl die Stabilität des Netzes als auch die Funktion der betrieblichen Prozesse. Die Indikatoren „Anzahl der SLA-Verletzungen pro Jahr“ sowie „Einhaltung der Wiederherstellungszeit pro Jahr“ zeigen, wie die Anforderungen zur Produktionsqualität in Bezug auf vereinbarte Service-Level-Agreements (SLA) eingehalten werden.

Maßnahmen: An der Qualität und dem weiteren Ausbau sämtlicher Sendernetze, innovativen Technologien (z. B. Small Scale DAB+ oder Tunnelversorgung) und der Weiterentwicklung von Applikationen zur Steigerung der Nutzerfreundlichkeit wird kontinuierlich gearbeitet. 5G- bzw. ggf. 6G- Broadcast ist ein vielversprechender Standard als mögliche, langfristige Nachfolgetechnologie von DVB-T2. Der langfristige Erhalt der Frequenzzuweisungen an den Rundfunk ist hierbei ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Erfolg von 5G-Broadcast. Daher engagiert sich das Unternehmen im Bereich 5G-Broadcast, sowohl im Rahmen der Weiterentwicklung in verschiedenen Gremien und Arbeitsgruppen als auch im Rahmen von Pilotversuchen.

Des Weiteren sind Prozesse zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktionsqualität für die Elemente Sender, Antennen, Infrastruktur, Kontributions-/Distributionsnetzwerke und Netzhärtung aufgesetzt. Ein etabliertes Netzwerk-Performance-Monitoring überwacht Produktionselemente wie Sender, Antennen, Infrastruktur (z. B. Fläche, Strom, Entwärmung oder Zugang), Kontributions-/Distributionsnetzwerke und Plattformen (DVB-T2 sowie DAB+) mittels verschiedener Kenngrößen.

An Media Broadcast als Kritischen Infrastrukturdienstleister (KRITIS) werden darüber hinaus spezielle Anforderungen an Zuverlässigkeit, Sicherheit und Vertraulichkeit gestellt. Die Standards dafür setzen das IT-Sicherheitsgesetz (IT-SiG) und die Bundesnetzagentur. Um die Anforderungen zu erfüllen, sind eine robuste Systemintegration inklusive Sicherheitskonzept sowie ein umfassendes Netzmanagement-Konzept notwendig. Media Broadcast erfüllt diese Anforderungen, die regelmäßig durch interne und externe Audits kontrolliert und überwacht werden. Seit 2014 ist zudem ein zertifiziertes Managementsystem zur Informationssicherheit in Übereinstimmung mit der ISO 27001 etabliert. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung befand sich die Media Broadcast in der Rezertifizierung nach ISO 27001. Qualitätsanforderungen an die Netzstruktur werden durch Kundenerwartungen sowie durch relevante rechtliche und behördliche Anforderungen definiert und unterliegen durch das zertifizierte Qualitätsmanagement (ISO 9001) einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

## KONZERNLAGEBERICHT

14	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
16	Unternehmensstrategie und -ziele
19	Unternehmenssteuerung
24	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
27	Überblick über den Geschäftsverlauf

34	Prognosebericht
38	Chancen- und Risikobericht
49	Nichtfinanzielle Konzernklärung
84	Corporate Governance und sonstige Angaben

**Nachhaltige Produktlösungen und Produktinnovationen**

**Managementansatz:** Kunden achten bei der Produktauswahl neben dem Preis zunehmend auch auf Nachhaltigkeitsaspekte. Dies belegt auch eine eigene Erhebung aus dem Jahr 2023. Demnach legen freenet Kunden bei der Gerätewahl vor allem Wert auf Aspekte der Kreislaufwirtschaft, wie Recyclingfähigkeit und das Angebot von Refurbishedgeräten sowie die Langlebigkeit bzw. Reparierbarkeit.

Für freenet steigt damit die Relevanz, diese Aspekte in die Zusammenstellung des Produktportfolios oder bei Produktinnovationen einfließen zu lassen und entsprechend gegenüber dem Kunden zu kommunizieren. Die Stärkung nachhaltiger Produktlösungen und Dienstleistungen im Angebotsportfolio ist der freenet AG daher wichtig, um Kunden anzusprechen, die auch in ihrem digitalen Leben auf Nachhaltigkeit setzen. Dem Verbraucher soll somit die Möglichkeit gegeben werden, bspw. bei der Auswahl des Smartphones oder durch Verlängerung von dessen Nutzungsdauer einen Beitrag zur Ressourcenschonung zu leisten. Die freenet AG beabsichtigt daher, das Angebot nachhaltiger Produkte und Services auszuweiten.

**Steuerung:** Verantwortlich für die Vorauswahl potenzieller neuer Mobilfunkprodukte, wie Smartphones und Accessoires, bei der freenet AG ist das Category-Management im Bereich Customer-Management, der direkt an den Kundenvorstand (CCE) berichtet. Vor Aufnahme eines neuen Produkts stellt die Abteilung einen produktspezifischen Kriterienkatalog zusammen, der auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt, z. B. die Außerdarstellung und Unternehmensphilosophie des potenziellen Anbieters. In Bezug auf die Produktmerkmale werden vor allem Kriterien wie Qualität, Produktlebensdauer, Materialzusammensetzung sowie Verpackung bei der Auswahl kritisch überprüft. Die finale Entscheidung für oder gegen eine Aufnahme ins Portfolio erfolgt schließlich in enger Abstimmung zwischen Vertrieb und Einkauf, um alle relevanten Perspektiven (Nachhaltigkeits- und Vermarktungsaspekte sowie Konditionen) zu berücksichtigen. Auch das bestehende Produktportfolio unterliegt einem regelmäßigen Monitoring und wird im Bedarfsfall angepasst.

Hauptaugenmerk bei der Auswahl der Produkte liegt auf umweltbezogenen Aspekten und der Verlängerung des Produktlebenszyklus. Ein etabliertes Konzept mit festen Kriterien und einer festgelegten Prozessdefinition zur Auswahl von Produkt bzw. Lieferant besteht nicht. Soziale Mindestanforderungen für Lieferanten werden über den Lieferantenkodex definiert (vgl. Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt).

**Maßnahmen:** Im Geschäftsjahr 2023 hat die freenet AG ihr Sortiment im Bereich nachhaltiger Endgeräte für verschiedene Kundengruppen ausgebaut. Neben dem rephone vermarktet freenet im Einstiegsbereich seit 2023 das nachhaltige Smartphone-Modell Nokia G22 sowie im mittleren Preissegment nachhaltige Smartphones des Herstellers Fairphone. Im oberen Preissegment vertreibt freenet seit 2023 Refurbishedware des Herstellers Apple.

Im Geschäftsbereich Zubehör kooperiert freenet seit 2021 mit Green MNKY, einem Spezialisten für nachhaltige Geräteschutzfolien. Mit dem Hochpräzisionscutter von Green MNKY lassen sich in den Shops der freenet AG Displayschutzfolien exakt zuschneiden, wodurch rund 97 % des üblichen Verpackungsmülls für äquivalente Produkte entfallen. Im Jahr 2022 hat freenet zusätzlich nachhaltige Displayschutzfolien sowie Smartphone-Hüllen aus GRS-zertifiziertem Recyclingkunststoff des Herstellers dbramante1928 ins Angebot aufgenommen und die Vertriebspartnerschaft 2023 weiter ausgebaut. In ausgewählten Shops befindet sich darüber hinaus eine eigene dbramante1928 Produktwand, die das verfügbare Sortiment abbildet.

Für 2024 ist in allen neu eröffneten Gravis-Stores die Installation einer Nachhaltigkeitswand geplant, die mit entsprechenden Produktangeboten ausgestattet ist, um Kunden auf das nachhaltige Produktsortiment aufmerksam zu machen. Dabei handelt es sich beispielsweise um Produkte der Eigenmarke Networx Greenline, unter der Gravis eine nachhaltige Alternative für zertifiziertes Apple-Zubehör vermarktet. Durch den Materialmix werden bei einzelnen Produkten über 30 % Plastik im Vergleich zum bisherigen Äquivalent der Eigenmarke eingespart. Der Transport nach Deutschland erfolgt per Schiene, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck möglichst gering zu halten. Neben den bereits im Vorjahr in die Greenline überführten Top-20-Verkaufsprodukten wurden fünf weitere Produkte ins Greenline-Sortiment aufgenommen. Auch 2024 soll das Networx Greenline-Produktportfolio weiter ausgebaut werden.

Auch im Wege von Vertriebsinnovationen ermöglicht freenet dem Kunden Ressourceneffizienz. Mit freenet FUNK und freenet FLEX werden zwei rein App-basierte Tarife angeboten, die – abgesehen vom Versand der SIM-Karte – entlang der Customer Journey ohne Papier auskommen (vgl. Betrieblicher Umweltschutz). Nach demselben Prinzip funktioniert auch das im Jahr 2022 gelaunchte App-gesteuerte Internetangebot „freenet Internet“.

Neben nachhaltigen Produkten bietet freenet auch eine Reihe von Dienstleistungen an, um dem Kunden Nachhaltigkeit innerhalb seines digitalen Lebens zu ermöglichen. So steht der Verkauf von Refurbished-Produkten u. a. von Smartphones bereits seit 2020 im Fokus. Mit dem angebotenen Ankaufservice für mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets leistet freenet zudem einen weiteren Beitrag zur Ressourcenschonung und Reduzierung von Elektroschrott. In Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern wird ein marktgerechter Ankaufswert für das Altgerät ermittelt, der in Form eines Gutscheins oder als Cashback an den Kunden ausgezahlt wird. Um gezielt Anreize für die Nutzung des Ankaufservices zu setzen, führt freenet in Kooperation mit Herstellern zusätzlich Ankauf-Bonusaktionen für Geräte durch. Gegenüber dem Vorjahr konnte die Anzahl der Geräte, die über die von freenet angebotenen Trade-in-Programme eingetauscht wurden, signifikant auf über 48 Tsd. Geräte (Vorjahr: knapp 12 Tsd. Geräte)



gesteigert werden. Das Ziel, den Anteil der freenet Shops, die einen Ankaufservice anbieten, bis Ende 2023 auf rund 90 % zu steigern, konnte leicht übertroffen werden. Für 2024 plant das Unternehmen, den Ankaufprozess weiter zu digitalisieren und direkt in den Online-Bestellprozess zu integrieren, um das Bewusstsein für eine verantwortungsvolle Altgerätrückgabe beim Kunden zu erhöhen. Geräte, die nicht mehr in den Markt zurückgeführt werden können, werden durch zertifizierte Fachunternehmen entsorgt und die Rohstoffe verwertet. Eine Zuführung zum Recycling können Kunden auch direkt bei freenet durch den kostenfreien Rückversand von Altgeräten (wie z. B. Smartphones oder Tablets) oder die direkte Abgabe in speziell vorgesehene Recyclingboxen in den Shops in Anspruch nehmen.

Neben dem Ankauf von Altgeräten trägt freenet über das Angebot von Versicherungs- und Reparaturleistungen zur Verlängerung des Produktlebenszyklus bei. Freenet Kunden können ihre neu erworbenen und seit Januar 2023 auch älteren Endgeräte gegen sämtliche Schäden, die nicht durch die Händlergewährleistung oder Herstellergarantie abgedeckt sind, versichern. Die Shops und Stores dienen darüber hinaus als Reparaturannahmestellen.

freenet hat im Geschäftsjahr 2023 sein Angebot an Miet-Modellen für Smartphones um einen neuen Anbieter erweitert. Nach Ablauf der Mietlaufzeit erfolgt die Geräte-Rückgabe durch den Kunden. Zurückgenommene Geräte werden vom Kooperationspartner refurbished und wieder auf den Markt gebracht. Somit sind diese länger und damit ressourcenschonender im Einsatz.

Des Weiteren fließen in das Sortiment auch Services ein, die dem Kundenbedürfnis nach Lösungen im Bereich Datensicherheit gerecht werden. Hier bietet freenet ein umfassendes Angebot an Sicherheitssoftware und nimmt an Initiativen wie „trustedDialog“ und „E-Mail made in Germany“ teil. Letztgenannter Zusammenschluss deutscher E-Mail-Provider garantiert Mailkunden von freenet.de ein hohes Maß an Sicherheit und Datenschutz im täglichen Mailverkehr.

### Digitale Teilhabe

**Managementansatz:** Viele Bereiche des Lebens, d. h. viele Tätigkeiten und Prozesse, werden immer stärker von einer Digitalisierung durchdrungen. Smartphones oder andere internetfähige Geräte gewinnen im Alltag immer mehr an Bedeutung und erleichtern bspw. die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Digitalisierung bietet viele Chancen und wird als wesentlicher Treiber für Fortschritt gesehen. Auf der anderen Seite muss jedem Menschen aber auch die Möglichkeit eingeräumt werden, am digitalen Leben teilnehmen zu können, damit keine gesellschaftliche Exklusion durch Digitalisierung entsteht. freenet ist bestrebt, durch ein breit angelegtes Tarif- und Serviceportfolio sowohl im Mobilfunk als auch im Bereich TV und Medien nahezu jedem Bürger Zugang zur digitalen Welt zu ermöglichen.

**Steuerung:** Basierend auf systematischen Markt- und Kundenanalysen entwickelt freenet sein Portfolio an kundenorientierten Mobilfunk- und TV-Tarifen sowie telekommunikationsnahen Dienstleistungen kontinuierlich weiter. Die Beziehung zu den drei deutschen Netzbetreibern ermöglicht der freenet AG in den Bereichen Mobilfunk und Internet die Gestaltung eines Produktportfolios, welches von Discount- bis hin zu Premiumtarifen reicht. Mit diesem diversifizierten Marken- und Portfolioansatz können eine Vielzahl an Kundengruppen und -bedürfnissen abgedeckt werden.

**Maßnahmen:** Eine Hürde, um am digitalen Leben teilzunehmen, sind u. a. die damit verbundenen Kosten. Durch die Bandbreite an Tarifen mit niedrigen Preisen bietet freenet auch Geringverdienern bzw. sozial schwächeren Bevölkerungsgruppen ein Tarifportfolio an Mobilfunk- und TV-Produkten. Kunden mit schlechterer Bonitätsprognose, die durch die Bonitätsprüfung für Laufzeitangebote durchgefallen sind, ermöglicht freenet zudem seit 2004 über ein spezielles Kautionsmodell<sup>3</sup> die Teilhabe am digitalen Leben. Neben Bezahlbarkeit hindert auch fehlende Digital-/Medienkompetenz Menschen (z. B. ältere Menschen), am digitalen Leben teilzunehmen. freenet Kunden werden daher in den freenet Shops oder Gravis Stores vielfältige Einrichtungsservices angeboten, um ihnen durch geschultes Personal zu helfen, sich nach dem Erwerb eines Smartphones damit zurechtzufinden. Der direkte Kontakt ist wichtig, um Barrieren abzubauen, aber nicht für jeden der richtige Weg. Daher unterhält freenet eine Vielzahl weiterer Kanäle, die es dem Kunden ermöglichen, seine Medienkompetenz digital zu erhöhen oder mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten.

Bereits seit 2018 setzt freenet auf den strategischen Ausbau insbesondere des digitalen Kundendialogs, u. a. über Chat-Funktionen oder den Self-Service in der App. Ein positiver Nebeneffekt ist, dass auch Menschen mit körperlicher oder psychischer Beeinträchtigung einen gleichberechtigten und gleichwertigen Zugang zum Service der freenet AG erhalten; denn Barrierefreiheit betrifft mittlerweile auch digitale und kommunikative Barrieren. Seit Februar 2023 bietet freenet gehörlosen und hörgeschädigten Kunden einen Dolmetsch-Kundenservice über eine separate Hotline an. Die Erbringung dieser Dolmetsch-Dienstleistung erfolgt über den externen Partner „Tess Relay“. Die Hotline-Nummer wird u. a. in den FAQ veröffentlicht und eine priorisierte Bearbeitung sichergestellt. Ein weiteres Angebot, vor allem für jüngere Anspruchsgruppen, ist das freenet Magazin, das im Magazinformat Antworten auf Fragen aus der Welt des Digital-Lifestyle zu Produkten, Tarifen und Technik bietet. Im Geschäftsjahr 2023 hat freenet außerdem sein Angebot im Bereich Medienkompetenz mit der Einführung des digitalen Services „freenet Handyhelfer“ erhöht. Mit dem neuen Produkt, das aktuell in ausgewählten Shops getestet wird, sollen freenet Kunden bei technischen Herausforderungen zusätzlich unterstützt werden.

<sup>3</sup> Die Kautions ist gestaffelt in 50/100/200/400 Euro. Durch die Hinterlegung der Kautions wird es betreffenden Kunden ermöglicht, mobile Dienstleistungen in einem zuvor ausgewählten Tarif zu nutzen und darüber hinaus die Vorteile von Bundle-Tarifen mit subventionierten Endgeräten in Anspruch nehmen zu können.

#### KONZERNLAGEBERICHT

14	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur	34	Prognosebericht
16	Unternehmensstrategie und -ziele	38	Chancen- und Risikobericht
19	Unternehmenssteuerung	49	Nichtfinanzielle Konzernklärung
24	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	84	Corporate Governance und sonstige Angaben
27	Überblick über den Geschäftsverlauf		

Mithilfe weiterer Produkte und Services möchte die freenet AG zudem einen Beitrag zur Digitalisierung von Bildungseinrichtungen leisten. Mit „Gravis macht Schule“ unterstützt Gravis Bildungseinrichtungen bei der Auswahl passender Geräte, deren Implementierung in den Schulalltag und Instandhaltung. The Cloud, ebenfalls ein Tochterunternehmen der freenet AG, unterstützt Schulen bei Planung, Aufbau, Einrichtung und Wartung von WiFi-Netzwerken im Rahmen des DigitalPakts Schule der deutschen Bundesregierung. Ende 2023 betreute The Cloud ca. 360 Schulen (Vorjahr: ca. 450). In Büdelsdorf, dem Hauptsitz der freenet AG, engagiert sich der Konzern zudem im Rahmen der Initiative „Büdelsdorf goes Multimedia“ partnerschaftlich mit der Stadt Büdelsdorf, Schulkindern den verantwortungsvollen Umgang mit modernen Medien sowie dem Internet zu vermitteln. Seit 2001 hat freenet insgesamt 700 Tausend Euro für den Aufbau von Netzinfrastrukturen sowie für die Anschaffung von Hard- und Software bereitgestellt.

Die Teilhabe von Jugendlichen am digitalen Leben zu fördern bedingt für freenet, sie in diesem Rahmen auch zu schützen. Im Bereich Jugendschutz bekennt sich freenet daher ausdrücklich zu den Vorgaben des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags, hat Jugendschutzbeauftragte im Konzern installiert und engagiert sich als Mitglied im gemeinnützigen Verein JusProg e.V., der sich zur Aufgabe gemacht hat, Minderjährige im Internet besser zu schützen.

#### Betrieblicher Umweltschutz

Mit ihrer eigenen Geschäftstätigkeit in den Bereichen Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment verursacht freenet CO<sub>2</sub>-Emissionen und trägt damit zum Klimawandel bei. Darüber hinaus nimmt die Geschäftstätigkeit Einfluss auf die Verfügbarkeit von Ressourcen. Im Segment Mobilfunk beschränkt sich der Energie- und Ressourcenverbrauch aufgrund des Service-Provider-Modells im Wesentlichen auf Verwaltungs- und Logistikstandorte in Deutschland, den Fuhrpark und die etwa 500 bundesweiten Shops und Stores. Mit einem Anteil von rund 82 % am Gesamtstromverbrauch ist die Media Broadcast GmbH (Segment TV und Medien) als Betreiberin einer deutschlandweiten Infrastruktur für digitales Fernsehen und Radio größter Energiekonsument innerhalb des Konzerns. Zur Versorgung der Sende- und Übertragungstechnik nimmt die freenet Tochtergesellschaft an 776 (Vorjahr: 779) Senderstandorten/Funktürmen Energie ab.

freenet erkennt die aus ihrer Geschäftstätigkeit entstehenden negativen Auswirkungen auf die Umwelt an und beabsichtigt, insbesondere die von ihr verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen mithilfe eines gezielten Steuerungsansatzes, konkreter Zielsetzungen und wirkungsvoller Maßnahmen so gering wie möglich zu halten. Das Unternehmen befürwortet die im politischen und gesellschaftlichen Kontext formulierten Erwartungen und Bestrebungen zum Klimaschutz und zur CO<sub>2</sub>-Neutralität, unterstützt das Pariser Klimaabkommen und plant, seine Geschäftsabläufe zukünftig am 1,5-Grad-Ziel auszurichten.

Auf Basis der jährlich erstellten Treibhausgasbilanz werden Hebel und Maßnahmen identifiziert, die zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen und damit zur Eindämmung des Klimawandels beitragen. Nicht zuletzt dient dies auch dem Zweck, der stark gestiegenen Erwartungshaltung von Gesellschaft, Regulierern und dem Kapitalmarkt im Hinblick auf strukturierte Angaben und Ziele für diesen Bereich gerecht zu werden.

Über die eigene Berichterstattung in der nichtfinanziellen Erklärung hinaus unterstützt freenet seit 2018 das Carbon Disclosure Project (CDP). Mit der jährlichen Offenlegung von Klimadaten, vor allem zu CO<sub>2</sub>-Emissionen, macht die freenet AG als CDP Discloser die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt transparent.

#### Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen

**Managementansatz:** Ein effizienter und sparsamer Umgang mit Energie und Kraftstoffen zur nachhaltigen Verringerung der konzernweit verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen besitzt bei freenet einen hohen Stellenwert. Im Hinblick auf die eigenen Emissionen (Scope 1 und Scope 2) hat sich freenet die CO<sub>2</sub>-Neutralität bis 2030 zum Ziel gesetzt und erarbeitet derzeit einen detaillierten Übergangsplan für den Klimaschutz. Das angestrebte Netto-Null-Ziel bezieht sich auf die von freenet unmittelbar beeinflussbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen. Als wesentliche Hebel der Dekarbonisierung hat freenet bereits die Verwendung regenerativer Energien sowie die schrittweise Elektrifizierung der eigenen Fahrzeugflotte identifiziert. Einen weiteren Ansatzpunkt bietet die Reduzierung des konzernweiten Energieverbrauchs durch die Steigerung der Energieeffizienz.

Eine zusätzliche Verbindlichkeit für den Vorstand wird durch die Integration des Netto-Null-Ziels in die langfristige variable Vergütung geschaffen.

**Steuerung:** Den Einkauf der Ressource Energie (Strom- und Gasverträge) für die Verwaltungs- und Logistikstandorte sowie die Shops und Stores verantwortet die Abteilung Konzern-Facility. Die Verwaltung des konzernweiten Fuhrparks obliegt der Abteilung Fuhrparkmanagement. Beide berichten ihrerseits an das Vorstandsressort Personal und ESG. Bei der Media Broadcast gibt es aufgrund des hohen Energiebedarfs ein eigenes Real-Estate-Management (REM) und einen Energiemanagementbeauftragten, der über den Bereich „General and Administration“ direkt an die Geschäftsführung der Media Broadcast berichtet. Auch die freenet Tochterunternehmen EXARING und The Cloud schließen die Energieverträge für ihre Standorte dezentral ab.

Das Energiemanagement der Media Broadcast ist Bestandteil eines integrierten und an den Anforderungen der ISO 50001 orientierten Managementsystems, wodurch neben Qualität, Arbeitsschutz, Sicherheit und Datenschutz auch der Umweltschutz gesteuert und überwacht wird. Für Letzteres wurde im Jahr 2008 ebenfalls ein nach ISO-14001-zertifiziertes Umweltmanagementsystem (UMS) eingeführt. Kernstück des UMS ist die Leitlinie Umweltschutz und Energie, in der

Bedeutung, Ziele, Aktivitäten sowie deren Umsetzung und Überprüfung definiert werden. Des Weiteren ist intern verankert, dass nur ISO-14001-zertifizierte Lieferanten und Entsorgungsunternehmen beauftragt werden dürfen, z. B. beim Abbau bzw. Rückbau von Sendeanlagen. Tätigkeiten wie Sender- und Antennenwartung sind zum Teil mit dem Umgang mit Gefahrstoffen verbunden; hierbei gilt eine besondere Informations- und Hinweispflicht. Jeder Mitarbeiter der Media Broadcast wird dazu jährlich nachweislich unterwiesen. Die Unterweisungen finden toolbasiert nach neuesten rechtlichen und regulatorischen Gesetzen und Vorgaben und mit verpflichtendem Zertifikatsabschluss für jeden Mitarbeiter statt. Zur regelmäßigen Bewertung der Einhaltung von Umweltauflagen durch die Media Broadcast werden ein Rechtskataster geführt, die Ergebnisse von internen und externen Prüfungen dokumentiert und deren Umsetzung nachverfolgt. Bislang wurden keine Bußgelder oder nichtmonetären Sanktionen aufgrund der Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen ausgesprochen.

Im Geschäftsmodell der freenet ist eine höhere Energieeffizienz auch durch technologische Optimierungen und Digitalisierung realisierbar. Dies verdeutlichen bspw. der Umstieg auf den Standard DVB-T2 im TV-Geschäft oder die Ablösung des UKW-Standards durch den energieeffizienteren Übertragungsstandard DAB+ im Geschäftsfeld Rundfunk der Media Broadcast. Als entscheidender Nachhaltigkeitsaspekt ist Energieeffizienz auch in der Einkaufsrichtlinie sowie im Supplier Code of Conduct verankert. In Letzterem werden Lieferanten zu einem bewussten und sparsamen Umgang mit Energie und begrenzten Ressourcen angehalten.

Wirksame Hebel zur Verringerung des Kraftstoffverbrauchs der Fahrzeugflotte sieht die freenet in der verbrauchs- und ausstoßarmen Zusammensetzung des Fahrzeugportfolios und dessen sukzessiver Elektrifizierung. Die gezielte Setzung von Anreizen sowie die Schaffung von Lösungen zur klimafreundlichen Anreise der Mitarbeiter an die Standorte soll

darüber hinaus einen Beitrag zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen leisten. Dem erklärten Ziel, bis Ende 2024 den Anteil von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen im Konzern auf über 20 % der gesamten Fahrzeugflotte zu erhöhen, ist das Unternehmen im Berichtsjahr 2023, trotz langer Lieferzeiten und gestiegener Leasingkosten, einen Schritt nähergekommen. Der Anteil an E- und Hybridfahrzeugen konnte von rund 9 % im Vorjahr auf nun 18 % verdoppelt werden. Damit einher ging auch der weitere Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Unternehmensstandorten.

Der konzernweite Energieverbrauch der freenet AG konnte im Jahr 2023 auf 85,1 GWh (Vorjahr: 87,1 GWh) gesenkt werden. Vom Energieverbrauch entfallen rund 80 % (70,1 GWh) auf Stromverbrauch und Fernwärme, wobei der Stromverbrauch zum überwiegenden Teil im Zusammenhang mit dem Betrieb der Sendefunkinfrastruktur der Media Broadcast anfällt. Die übrigen ca. 20 % (15,0 GWh) des gesamten Energieverbrauchs entfallen auf Heiz- und Kraftstoffverbräuche.

Der marktbasierete CO<sub>2</sub>-Ausstoß aus der Nutzung von Energie (Summe Scope 1 und Scope 2) lag im Berichtsjahr mit 5.668,9 t CO<sub>2</sub>eq etwa 14 % unter dem Vorjahreswert von 6.566,6 t CO<sub>2</sub>eq, was vorwiegend auf die Steigerung des Anteils regenerativer Energiequellen am Gesamtstromverbrauch zurückzuführen ist. Die CO<sub>2</sub>-Intensität (in Bezug auf Scope 1 und Scope 2 marktbasierete) ist bei einem Umsatz in etwa auf Vorjahresniveau auf 2,2 t CO<sub>2</sub>eq/Mio. Umsatz zurückgegangen. Die Scope-3-Emissionen (vor Kompensation) lagen mit 3.253,6 t CO<sub>2</sub>eq etwa auf dem Niveau des Vorjahres (3.310,5 t CO<sub>2</sub>eq) und umfassen bis dato im Wesentlichen Emissionen aus der Nutzung des Mitarbeiterfahrzeugmodells, dem Paketversand, der Produktion von Standard-Vertragsdokumenten sowie aus Reisetätigkeit. Für das Berichtsjahr 2024 ist die Ermittlung weiterer relevanter Scope-3-Emissionen gemäß Kategorisierung des GHG-Protokolls geplant, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von freenet um den Einfluss der Wertschöpfungskette zu ergänzen.

14	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur	34	Prognosebericht
16	Unternehmensstrategie und -ziele	38	Chancen- und Risikobericht
19	Unternehmenssteuerung	49	Nichtfinanzielle Konzernklärung
24	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	84	Corporate Governance und sonstige Angaben
27	Überblick über den Geschäftsverlauf		

Tabelle 26: Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen [GRI 302-1, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5]

Einheiten lt. Angabe	Einheit	2023	2022 (angepasst) <sup>1</sup>	2015 <sup>2</sup> (Basisjahr)
<b>Energieverbrauch (gesamt)</b>	<b>GWh</b>	<b>85,1</b>	<b>87,1</b>	<b>156,0</b>
Stromverbrauch/Fernwärme (Scope 2) <sup>3</sup>	GWh	70,1	72,0	134,0
davon Media Broadcast	GWh	55,9	58,1	116,2
Heiz- und Kraftstoffverbrauch (Scope 1) <sup>4</sup>	GWh	15,0	15,1	21,9
<b>Strom aus erneuerbaren Energiequellen (Gesamtstromverbrauch)</b>	<b>GWh</b>	<b>65,2</b>	<b>65,6</b>	<b>46,8</b>
Anteil Stromverbrauch aus regenerativen Energiequellen am Gesamtstromverbrauch <sup>5</sup>	%	96,5	94,2	34,9
Anteil Stromverbrauch aus regenerativen Energiequellen bei kontrollierter Beschaffung am Gesamtstromverbrauch	%	99,4	99,0	k.A.
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1, 2, 3) – marktbasierend nach Kompensation</b>	<b>t CO<sub>2</sub>eq<sup>6</sup></b>	<b>8.714,4</b>	<b>9.630,0</b>	<b>75.146,2</b>
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1, 2, 3) – standortbasiert nach Kompensation</b>	<b>t CO<sub>2</sub>eq</b>	<b>36.046,7</b>	<b>35.987,3</b>	<b>78.633,1</b>
Direkte CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 1) <sup>7</sup>	t CO <sub>2</sub> eq	3.240,2	3.265,5	4.632,3
Indirekte CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 2) – marktbasierend <sup>8</sup>	t CO <sub>2</sub> eq	2.428,6	3.301,2	67.151,3
Indirekte CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 2) – standortbasiert <sup>8</sup>	t CO <sub>2</sub> eq	29.761,0	29.658,5	70.638,2
Weitere indirekte CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 3) vor Kompensation <sup>9</sup>	t CO <sub>2</sub> eq	3.253,6	3.310,5	3.362,6
Weitere indirekte CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 3) nach Kompensation <sup>9</sup>	t CO <sub>2</sub> eq	3.045,5	3.063,4	3.362,6
<b>CO<sub>2</sub>-Intensität (Scope 1, Scope 2 marktbasierend)</b>	<b>t CO<sub>2</sub>eq/ Mio. Umsatz</b>	<b>2,2</b>	<b>2,6</b>	<b>23,0</b>
<b>CO<sub>2</sub>-Intensität (Scope 1, Scope 2 standortbasiert)</b>	<b>t CO<sub>2</sub>eq/ Mio. Umsatz</b>	<b>12,6</b>	<b>12,9</b>	<b>24,1</b>

<sup>1</sup> Die Werte für das Jahr 2022 wurden rückwirkend im Wesentlichen aufgrund einer Anpassung des Verfahrens zur Ermittlung der Stromverbräuche der Shopkette und der 2023 erstmalig erfolgten Erfassung der konzernweiten Heizverbräuche angepasst.

<sup>2</sup> 2015 = Basisjahr, da für dieses Jahr erstmals eine retrograde, konsolidierte Berichterstattung von Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen erfolgte.

<sup>3</sup> Berechnung des Stromverbrauchs erfolgt auch unter Berücksichtigung von sachgerechten Schätzungen bzw. Hochrechnungen.

<sup>4</sup> Der Kraftstoffverbrauch umfasst den Verbrauch in Form von Diesel und Benzin für die Dienstwagenflotte sowie die konzernweiten Heizverbräuche. Die Ermittlung der konzernweiten Heizverbräuche erfolgte 2023 erstmalig vollständig unter Anwendung sachgerechter Schätzungen bzw. Hochrechnungen (vorher lediglich Erfassung von Verbräuchen aus Erdgas-Direktverträgen). Zur Vergleichbarkeit wurde der Vorjahreswert entsprechend angepasst. Für die Umrechnung des Kraftstoffverbrauchs in GWh und CO<sub>2</sub>-Emissionen wird auf die Umrechnungsfaktoren des britischen Ministeriums für Umwelt, Ernährung und ländliche Angelegenheiten (DEFRA) zurückgegriffen.

<sup>5</sup> Berechnung durch Berücksichtigung des deutschen Strommix zuzüglich tatsächlichen Energiebezugs aus regenerativen Energiequellen.

<sup>6</sup> CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> und N<sub>2</sub>O.

<sup>7</sup> Emissionen aus dem Einsatz von Kältemitteln wurden aus Wesentlichkeitsgründen nicht berücksichtigt.

<sup>8</sup> Zur Ermittlung der indirekten, marktbasierenden CO<sub>2</sub>-Emissionen wird die Strommenge aus regenerativen Energiequellen als CO<sub>2</sub>-neutral angesetzt, alle übrigen Strommengen werden mit dem gleichen Umrechnungsfaktor wie für die standortbasierte Methode umgerechnet. Die Umrechnung des Stromverbrauchs in indirekte, standortbasierte CO<sub>2</sub>-Emissionen erfolgt mithilfe eines konzernweit einheitlichen Umrechnungsfaktors, unabhängig vom tatsächlichen Bezug regenerativer Energie (Quelle Emissionsfaktor: Deutsches Umweltbundesamt).

<sup>9</sup> Die indirekten Emissionen (Scope 3) umfassen Emissionen aus (1) dem Mitarbeiter-Fahrzeugmodell, (2) Reiseaktivitäten (Flüge, Bahnfahrten, Hotelübernachtungen, Buchung von Mietwagen), (3) Payment Services, (4) der Produktion von Standardvertragsdokumenten in der Kundenkommunikation sowie (5) dem Paketversand (Logistik). Die Scope-3-Emissionen im Basisjahr (2015) umfassen nur CO<sub>2</sub>-Emissionen aus (1). CO<sub>2</sub>-Emissionen für Sachverhalte, die kompensiert wurden, sind in der Angabe „nach Kompensation“ als CO<sub>2</sub>-neutral angesetzt.

**Maßnahmen:** Regelmäßig, mindestens jedoch alle vier Jahre, finden bei freenet gesetzliche Energieaudits gemäß §§ 8-8d EDL-G (Gesetz über Energiedienstleistungen und andere Energieeffizienzmaßnahmen) statt. Das letzte konzernweite Energieaudit wurde im Geschäftsjahr 2022 durchgeführt. Daraus resultierende Empfehlungen zur Verbesserung der Energieeffizienz werden nach Abwägung von Kosten und Nutzen und gemäß den Anforderungen der DIN EN 16247-1 berücksichtigt.

Auf Energieeffizienz wurde auch bei der im Dezember 2022 abgeschlossenen umfassenden energetischen Sanierung des eigenen Büro- bzw. Verwaltungsgebäudes in Büdelsdorf Wert gelegt. Neben der energieeffizienten Wärmedämmung von Fassade und Dach wurde mit dem Einbau einer Lüftungsanlage, einer Wärmepumpe sowie einer automatisierten LED-Beleuchtungsanlage eine moderne Gebäudetechnik installiert. Darüber hinaus hat freenet neben seinen Logistikstandorten im Berichtsjahr die eigenen Ladengeschäfte sowie den Verwaltungsstandort Erfurt auf LED-Beleuchtungstechnik umgerüstet.

Um den Kraftstoffverbrauch im Konzern weiter zu senken und die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte weiter voranzutreiben, setzt freenet mit entsprechenden Angeboten gezielt Anreize. Zur Förderung einer klimafreundlichen Anreise der Mitarbeiter an die Standorte bietet freenet ein Leasingmodell für Fahrräder/E-Bikes an, das mit über 100 bestellten (Elektro-)Fahrrädern im abgelaufenen Geschäftsjahr bzw. etwa 270 bestellten (Elektro-)Fahrrädern seit Einführung im Jahr 2021 im Unternehmen positiv angenommen wird. Darüber hinaus bezuschusst freenet die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs (ÖPNV) und beteiligt sich an den Kosten für den Aufbau privater Ladestationen für elektrisch betriebene Fahrzeuge am Wohnort von dienstwagenberechtigten Mitarbeitern. Um die Bereitschaft für E-Mobilität unter den Mitarbeitern weiter zu stärken, wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr sieben Ladesäulen an den Unternehmensstandorten installiert. Damit hat sich die Anzahl an E-Ladesäulen von 15 auf 22 erhöht.

Neben der Infrastruktur wird auch das entsprechende Angebot an Fahrzeugen geschaffen. Das Portfolio der Mitarbeiterfahrzeuge umfasste 2023 vier Elektrofahrzeug-Modelle unterschiedlicher Hersteller, um jedem Mitarbeiter zu ermöglichen, sich im Rahmen des Mitarbeiterfahrzeugmodells für ein Elektrofahrzeug zu entscheiden. Infolgedessen konnte die Anzahl der zugelassenen Elektrofahrzeuge im Konzern im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt werden. Auch im Umfeld der Zentrallogistik und im eigenen Fahrzeugpool, der für Dienstfahrten genutzt wird, wurde ein Teil der Fahrzeuge elektrifiziert.

Um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß aus der Reisetätigkeit zu verringern, sensibilisiert freenet seine Mitarbeiter bei anstehenden Dienstreisen Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen. So werden z. B. bei jeder geplanten Reise im Buchungsportal Hinweise und Tipps für die Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks angezeigt. Die Buchung von Reisen erfolgt konzernweit nach einem einheitlichen Reisebuchungsprozess auf Grundlage einer Reiserichtlinie, die unter anderem explizit darauf hinweist, virtuelle Treffen physischen vorzuziehen. Für 2024 ist darüber hinaus die Kennzeichnung als nachhaltig zertifizierter Hotels im Reisebuchungstool geplant.

**Ressourcenverbrauch**

Managementansatz: freenet hat in seinem Leitbild den sogenannten Digital-First-Ansatz verankert. In der externen Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern sowie betriebsintern sollen digitale Kanäle und Plattformen vorrangig bedient bzw. genutzt und weiter ausgebaut werden. Dies führt zur Verringerung des Materialeinsatzes (zum Beispiel Papier) sowie des Versandaufkommens. In der Logistik gewinnt das Thema ökologische Nachhaltigkeit im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtung der Wertschöpfungskette zunehmend an Bedeutung. freenet strebt an, den Ressourceneinsatz in der Logistik weiter zu reduzieren.

Steuerung: Die Steuerung des betrieblichen Ressourceneinsatzes verantworten verschiedene Abteilungen, die an die Ressorts des IT-Vorstands (CTO) und des Finanzvorstands (CFO) angegliedert sind. So sind u. a. die Abteilungen Abrechnung und Customer-Management für Digitalisierungsprojekte in der Kundenkommunikation verantwortlich. Prozesse zur Verringerung des Ressourceneinsatzes in der Logistik verantwortet die Abteilung Supply-Chain-Management im Ressort des Finanzvorstands. In Zusammenarbeit mit diversen Transportdienstleistern arbeitet die Zentrallogistik der freenet daran, in den kommenden Jahren den Versand von Paketen klimaschonender zu gestalten. Bereits heute stellt das Unternehmen sicher, dass Logistikpartner neben den Verpflichtungen der optimalen Dienstleistungserbringung für die Kunden der freenet mittels ISO 9001 auch im Rahmen der umweltrechtlichen Einhaltung von Mindestanforderungen über die ISO 14001 nachweisgültige Zertifikate führen.

Das Hauptaugenmerk zur Minimierung des Ressourcenverbrauchs der freenet liegt neben der digitalen Vernetzung von Vertriebskanälen auf dem digitalen Versand von Standard-Vertragsdokumenten (Rechnungen und Tagespost) und Begleitschreiben (Lieferscheine und Retourenlabels). Weitere Stellschrauben sind Materialeinsparungen bei Verpackungen (Kartonage und Füllstoffe) sowie die Inanspruchnahme klimaneutraler Versandservices für den Transport von Hardware (Smartphones, SIM-Karten, Zubehör) zwischen den Standorten bzw. zum Kunden.

Maßnahmen: Ein wichtiger Bereich zur Einsparung von Papier ist die digitale Rechnungsstellung. Der Anteil digital gestellter Rechnungen im Bereich Mobilfunk konnte 2023 weiter auf 98,8% (Vorjahr: 97,7%) gesteigert werden. Neben dem Ausbau der Digitalisierung der Rechnungsstellung für Privatkunden lag der Fokus auf den Geschäftskunden, die im vierten Quartal 2023 konzertiert über die geplante vollständige Umstellung auf den digitalen Rechnungsversand bis Sommer 2024 benachrichtigt wurden. Dem weiteren Ausbau des digitalen Rechnungsversands sind aufgrund der bereits hohen Abdeckung sowie vor dem Hintergrund regulatorischer Vorschriften Grenzen gesetzt. Somit ist in Zukunft von einer eher konstanten Quote auszugehen.

Im Bereich TV und Medien werden Abonnements fast ausschließlich digital abgeschlossen und vertragliche Standarddokumente ebenfalls digital an den Kunden übermittelt. Dies gilt für freenet TV und waipu.tv Kunden gleichermaßen. Die Initiativen zahlen somit darauf ein, immer mehr Kundenvorgänge zu automatisieren und digitalisieren (vgl. Servicequalität).

**Tabelle 27: Anteil Online-Rechnung**

In %	2023	2022
<b>Online-Rechnung</b>	<b>95,7</b>	<b>93,5</b>
davon freenet Mobilfunk	94,6	91,9
davon klarmobil	98,8	97,7

Unvermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen, die in der Kundenkommunikation bei der Produktion und Zustellung von Standard-Vertragsdokumenten sowie der Zahlungsabwicklung entstehen, werden im Bereich Mobilfunk in Kooperation mit Dienstleistern über zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert. In Bezug auf die Kundenkommunikation betraf dies im Geschäftsjahr 2023 Sendungen der Marken freenet Mobilfunk und klarmobil, mit errechneten CO<sub>2</sub>-Emissionen von rund 208 t (Vorjahr: rund 247 t). Das Vorgehen soll in den kommenden Jahren auf weitere Marken ausgerollt werden, mit dem Ziel, eine konzernweite klimafreundliche Produktion und Zustellung von Standard-Vertragsdokumenten in der Kundenkommunikation zu gewährleisten. Durch den Paketversand an Kunden wurden im Geschäftsjahr 2023 CO<sub>2</sub>-Emissionen in Höhe von rund 517 t verursacht (Vorjahr:

ca. 516 t). Einbezogen sind CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Lagerung, Verpackung, Warenausgang und Versand von Paketen an Kunden (exklusive CO<sub>2</sub>-Emissionen aus darauf entfallenden Energieverbräuchen und Umlagerung). Um die ökologische Nachhaltigkeit von Verpackungsmaterialien zu verbessern oder das interne Versandaufkommen weiter zu optimieren bzw. zu reduzieren, findet regelmäßig eine Überprüfung der standardisierten Kartonage-Dimensionen im Verhältnis zur Produktvielfalt statt. Darüber hinaus wird die Paketgröße im Verhältnis zum Artikelvolumen automatisiert gesteuert.

Der Anteil an Recyclinggranulat bei den in der Logistik verwendeten Füllstoffen konnte im Geschäftsjahr 2023 auf 100 % (Vorjahr: 50 %) erhöht werden. Dafür wurden insgesamt neun Füllstoffmaschinen an den Logistikstandorten Bündelsdorf und Oberkrämer ausgetauscht.

Im Hinblick auf die Zusammensetzung der verwendeten Verpackungsmaterialien werden – unter Berücksichtigung der gültigen und notwendigen Transportsicherungsstandards – auch externe Zulieferer in die Verantwortung genommen. Bereits seit 2020 werden bei Ausschreibungen für Füllstoffe und Verschlussmaterialien neben wirtschaftlichen und Sicherheitsfaktoren auch Nachhaltigkeitsaspekte mit einer Gewichtung von 40 % bei der Auftragsvergabe einbezogen.

### Compliance und Integrität

**Managementansatz:** freenet bekennt sich zu den geltenden Gesetzen und Normen und den zugrunde liegenden ethischen Grundsätzen. Integrität und Rechtskonformität stellen die wichtigsten Grundpfeiler für das gesellschaftliche und wirtschaftliche Miteinander dar. Zur Sicherung des Vertrauens aller Stakeholder stellt freenet daher die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben und internen Richtlinien sicher. Denn durch die Nichteinhaltung können sich negative Auswirkungen auf die Reputation und Vertrauenswürdigkeit von freenet ergeben und die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Kunden nachhaltig gestört werden. Bei Straftaten verfolgt das Unternehmen selbstverständlich eine Null-Toleranz-Politik. Der Vorstand unterstreicht die strikte Grundhaltung durch einen „Tone from the Top“, der auch durch die nachgelagerten Führungskräfte in alle Bereiche der Organisation kommuniziert wird. Daneben tragen die Betriebsräte der freenet alle Compliance-Richtlinien mit. Die Rechtstreue als starker Bestandteil der Unternehmenskultur kommt durch aktives Handeln und Unterstützen aller Unternehmensteile zum Ausdruck. Ziel ist es, Compliance-Risiken zu minimieren und dadurch die Vertrauenswürdigkeit von freenet langfristig zu bewahren und zu stärken.

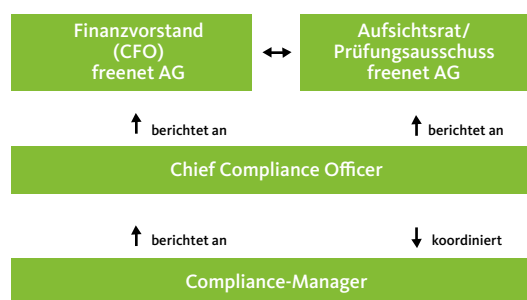
**Steuerung:** Compliance-Management hat für freenet eine hohe Bedeutung. Um den allgemeinen Compliance-Risiken erfolgreich zu begegnen, hat das Unternehmen ein Compliance-Management-System (CMS) implementiert, das konzerneinheitliche Standards für Compliance-Themen wie die Korruptionsbekämpfung geschaffen hat.

Compliance-Maßnahmen werden inhaltlich vom Chief Compliance Officer (CCO) verantwortet und in enger und konstruktiver Zusammenarbeit mit den Bereichen Interne Revision, Personal und Recht umgesetzt und kontinuierlich auf ihre Einhaltung kontrolliert. Die Koordination von Präventions- und Ermittlungsmaßnahmen erfolgt im Governance Board, das mit dem CFO, CCO und dem Head of Group Audit, Risk and Control besetzt ist. Die von der Unternehmensleitung beabsichtigten Maßnahmen werden zudem regelmäßig auf Basis neuer forensischer Erkenntnisse oder Gesetzesänderungen aktualisiert.

Der CCO berichtet unmittelbar an den Finanzvorstand (CFO) und berät diesen als Gesamtverantwortlichen für die Einhaltung von Gesetzen sowie die Überwachung von Compliance-Risiken bei der Umsetzung relevanter rechtlicher Vorgaben. Darüber hinaus berichtet der CCO regelmäßig, mindestens einmal pro Geschäftsjahr, über die implementierten Prozesse, Entwicklungen und besonderen Vorkommnisse an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats, sodass dieser sich von der Wirksamkeit des CMS überzeugen kann. Anlassbezogen wird der Aufsichtsrat unverzüglich informiert, sofern schwerwiegende Risiken auftreten, die die Existenz der freenet AG gefährden könnten.

Im Geschäftsjahr 2023, wie auch im Vorjahr, wurde der freenet AG kein bestätigter Fall von Korruption bekannt [GRI 205-3].

### Abbildung 17: Compliance-Management-Struktur



**Maßnahmen:** Um zu ermitteln, in welchen Tätigkeitsbereichen das Risiko für Compliance-Verstöße besonders hoch ist, werden regelmäßig Risikoanalysen durchgeführt. Bezogen auf die typische Wirtschaftsstraftat Korruption tritt diese vor allem dort auf, wo der Bestechende mit geringen Mitteln auf größere Geldströme in seinem Sinne einwirken kann. Diese Gefahr besteht bei freenet z. B. im Kontext mit umsatzstarken Vertragspartnern, sowohl auf Kunden- als auch auf Lieferantenseite. Auf Basis der Risikobewertung

wird die Gefahr jedoch als gering eingeschätzt, da es sich dabei stets um Unternehmen handelt, die selbst ein ausgeprägtes Engagement im Bereich Compliance zeigen; namentlich z. B. um die in Deutschland tätigen Mobilfunknetzbetreiber, die Anbieter von Smartphones sowie renommierte Elektronikfachhändler.

Allgemein setzt die freenet AG beim Management von Compliance-Risiken an mehreren Stellen gleichzeitig an, die jeweils durch Vorbeugung, Aufdeckung und Reaktion gekennzeichnet sind. Präventiv liegt der Schwerpunkt auf gezielter Information der Mitarbeiter. Durch adressatengerechte Schulungen, persönliche Gespräche und allgemeinverbindliche Richtlinien erhalten die Mitarbeiter ein stabiles Gerüst, an dem sie sich orientieren können. Die gelebte Unternehmenskultur fördert den permanenten Austausch der Mitarbeiter miteinander und mit ihren Führungskräften über die bestehenden rechtlichen Risiken ihrer Tätigkeit.

Zu den wichtigsten Compliance-Themen im Alltag der Mitarbeiter wurden ergänzend klare Richtlinien und Vorgaben definiert. In diesem Kontext spielen die Zuwendungs-, die Einkaufs- und die Unterschriftenrichtlinie eine entscheidende Rolle, die u. a. der Korruptionsbekämpfung dienen. Aus diesem Grund gehören diese zum Audit Universe und werden jährlich risikobewertet und punktuell in den Prüfungsplan der Internen Revision aufgenommen. Die Zuwendungsrichtlinie will die unlautere Beeinflussung von Geschäftsabschlüssen sowohl nach innen als auch nach außen verhindern. Alle Mitarbeiter haben aufgrund der Zuwendungsrichtlinie sämtliche erhaltenen und gewährten Zuwendungen von mehr als 20 Euro quartalsweise über ihre Vorgesetzten an den Compliance-Bereich zu melden, sodass Geschenke, Einladungen und Vergünstigungen auf ihre sachliche wie rechtliche Ordnungsmäßigkeit überprüft werden können. Bei freenet sind der Erhalt und die Gewährung von Zuwendungen nur gestattet, wenn unmissverständlich ausgeschlossen werden kann, dass eine geschäftliche Entscheidung beeinflusst wird.

Die Unterschriftenrichtlinie stellt indessen sicher, dass nur ausgewählte Personen Geschäftsabschlüsse tätigen können und bei wichtigen Willenserklärungen auch stets Bevollmächtigte aus unterschiedlichen Ressorts beziehungsweise Bereichen unterzeichnen. Darüber hinaus sichert die Einkaufsrichtlinie durch klare prozessuale Vorgaben und die zwingende Einschaltung der Einkaufsabteilung – als neutrale Stelle neben dem beschaffenden Fachbereich – für wesentliche Erwerbsvorgänge eine Beschaffung beim objektiv besten Lieferanten. Zahlungsvergänger mit Kunden und Lieferanten werden darüber hinaus grundsätzlich unbar abgewickelt. Nur im Endkundenverkehr akzeptiert freenet im verkehrsüblichen Umfang Bargeld, um Geldwäsche bestmöglich entgegenzuwirken. Außerdem bietet der Compliance-Bereich über eine Hotline stets rechtliche und inhaltliche Beratung an, um mögliche Unsicherheiten in der täglichen Arbeit schnell auszuräumen. Die Ermittlung von etwaigen

Rechtsverstößen erfolgt ebenfalls mehrgleisig. Mögliche Regelverstöße werden insbesondere von der Internen Revision und dem zentralen Fraud-Management verfolgt.

Wenn Mitarbeiter Fehlverhalten beobachten oder einen Verstoß gegen Gesetze oder interne Richtlinien vermuten, sind sie angehalten, dies unverzüglich an den Compliance-Bereich zu melden. Hierfür steht ihnen und Unternehmensexternen (z. B. Franchisenehmern oder Lieferanten) rund um die Uhr ein Hinweisgebersystem zur Verfügung, das den Erfordernissen des Hinweisgeberschutzgesetzes (HinSchG) und des § 8 des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) entspricht. Kontaktmöglichkeiten zur Meldung des Verdachts von Compliance-Verstößen sowie weiterführende Informationen zum Meldeverfahren sind im Intranet der freenet AG sowie auf der Unternehmens-Webseite unter [fn.de/hinweisgeber](https://fn.de/hinweisgeber) verfügbar. Meldungen können wahlweise anonym oder unter Offenlegung der Identität vorgenommen werden. Selbstverständlich werden alle Hinweisgeber im Einklang mit der Whistleblower-Richtlinie der EU vor negativen Folgen aufgrund der Meldung geschützt. Der Hinweisgeberausschuss prüft eingehende Hinweise und leitet gegebenenfalls weitere Ermittlungen ein. Die Zusammensetzung und Arbeitsweise des Ausschusses werden in der Erklärung zur Unternehmensführung ([fn.de/erklaerung-zu-runternehmensfuehrung](https://fn.de/erklaerung-zu-runternehmensfuehrung)) näher erläutert.

Ein Aspekt, der in den vergangenen Jahren ständig an Bedeutung zugenommen hat, ist die Verantwortung von Unternehmen für Menschenrechts- und Umweltverstöße in der Lieferkette. Diese Verantwortung nimmt die freenet AG sehr ernst und hat deshalb bereits seit vielen Jahren einen Verhaltenskodex für Geschäftspartner implementiert und zum Gegenstand ihrer Vertragsbeziehungen im B2B-Umfeld gemacht. Nähere Informationen zum Lieferketten-Management sind im folgenden Abschnitt „Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt“ dargestellt.

### Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt

**Managementansatz:** freenet ist sich ihrer ökologischen und menschenrechtlichen Verantwortung als Unternehmen bewusst und legt deshalb darauf Wert, diese Aspekte auch innerhalb von Geschäfts- und Beschaffungsprozessen zu wahren und einzuhalten. Auch der Gesetzgeber hat deren Bedeutung durch die Verabschiedung des LkSG unlängst betont. Es soll der Verbesserung der internationalen Menschenrechtssituation dienen, indem es Anforderungen an ein verantwortliches Management von Lieferketten für bestimmte Unternehmen festlegt.

freenet hat ihre Haltung zu menschenrechtlichen und umweltbezogenen Risiken in der Lieferkette 2023 in einer Grundsatzklärung niedergelegt, die auf den Internetseiten der freenet AG veröffentlicht ist. Das Ziel von freenet ist es, neben allen übrigen Lieferanten auch die Smartphone-Hersteller und Netzbetreiber in die Pflicht zu nehmen, ihren Einfluss und ihre

## KONZERNLAGEBERICHT

14	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
16	Unternehmensstrategie und -ziele
19	Unternehmenssteuerung
24	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
27	Überblick über den Geschäftsverlauf

34	Prognosebericht
38	Chancen- und Risikobericht
49	Nichtfinanzielle Konzernklärung
84	Corporate Governance und sonstige Angaben

Stellung in der Wertschöpfungskette zu nutzen, um insbesondere die Einhaltung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten und den Ausschluss von Konfliktmineralien bei der Produktion von Telekommunikationshardware und -zubehör sicherzustellen. Die Möglichkeit von freenet, auf ihre Hauptlieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte Einfluss auszuüben, ist allerdings in Anbetracht ihres Anteils am Gesamtgeschäftsvolumen dieser Lieferanten sowie der Positionierung in der Wertschöpfungskette begrenzt.

**Steuerung:** Die sich konstant entwickelnde Lieferantenbasis von freenet umfasst Lieferanten aus verschiedenen Ländern. Im Segment Mobilfunk entfällt der überwiegende Teil des monetären Einkaufsvolumens auf folgende Hauptlieferanten:

- Mobilfunknetzbetreiber: Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Deutschland
- Endgeräte-/Zubehörhersteller: Apple, Huawei oder Samsung
- Dienstleister in der (ausgelagerten) Kundenbetreuung wie etwa Capita

Die wesentliche Beschaffungsorganisation und -verantwortung ist im Vorstandsressort „Partnerbeziehungen“ gebündelt. Die Zusammenarbeit mit den genannten Mobilfunknetzbetreibern, Endgeräte-/Zubehörherstellern und Dienstleistern in der Kundenbetreuung übernehmen jeweils separate Einkaufseinheiten. Darüber hinaus werden Lieferanten zentral durch den indirekten Einkauf (entspricht indirektem Einkaufsvolumen) betreut und verantwortet. Daneben verfügt die Media Broadcast aufgrund der hohen Spezifität der zu beschaffenden Vorleistungen über eine eigene Einkaufseinheit.

Mit Inkrafttreten des LkSG am 1. Januar 2023 wurde auf nationaler Ebene die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten in den Lieferketten geregelt. In diesem Zusammenhang hat die freenet AG ihre Anstrengungen intensiviert und u. a. das bestehende Risikomanagement verbessert, systematische Risikoanalysen für umwelt- und menschenrechtsbezogene Risiken eingeführt und Präventionsmaßnahmen verankert. Diese Maßnahmen werden vom Menschenrechtsbeauftragten des Konzerns überwacht, der direkt an den Vorstand der freenet AG berichtet.

Im Hinblick auf seine direkte Lieferantenstruktur hat das Unternehmen nach eigener Einschätzung eine insgesamt geringe Risikoexposition: Bezogen auf das indirekte Einkaufsvolumen der im Jahr 2023 neu beauftragten Lieferanten haben über 95 % (Vorjahr: nahezu 95 %) ihren Sitz in Deutschland, einem anderen EU-Mitgliedsland oder im europäischen Wirtschaftsraum. Diese Lieferanten unterliegen somit vergleichbar strikten gesetzlichen (Transparenz-)Vorschriften in Bezug auf ökologische und menschenrechtliche Aspekte wie die freenet AG selbst. Mit Blick auf das LkSG bedeutet dies, dass das Risiko von Verletzungen der über

das Gesetz geschützten Rechtspositionen bei unmittelbaren Lieferanten von freenet grundsätzlich als sehr gering eingeschätzt werden kann. Bis auf einzelne Ausnahmen operieren die übrigen Lieferanten aus OECD-Staaten heraus oder in Branchen mit einem niedrigen Risikoprofil.

**Maßnahmen:** Unabhängig von der Risikoeinschätzung hat freenet verschiedene Maßnahmen etabliert, um der selbst gesetzten Verantwortung im Beschaffungsprozess weiter Ausdruck zu verleihen. So wurde bereits im Jahr 2018 ein konzernweiter Verhaltenskodex für Zulieferer (auch: Supplier Code of Conduct) formuliert, der regelmäßig entsprechend den Markterfordernissen überarbeitet wird. Er definiert Mindeststandards im Bereich Menschenrechte (u. a. keine Toleranz gegenüber Zwangsarbeit oder Zwangsverpflichtung von Arbeitskräften), Sozialstandards (u. a. Zahlung von Löhnen entsprechend den gesetzlichen Vorgaben), Umweltschutz, Sicherheit, Gesundheit sowie Compliance und wird grundsätzlich in alle neuen Beschaffungsverträge/-vorgänge einbezogen. Alternativ wird von strategischen Lieferanten eine Erklärung verlangt, dass deren Standards denen von freenet mindestens entsprechen. Zusätzlich erfolgt eine Verpflichtung der Lieferanten auf den Supplier Code of Conduct sowie auf die im Global Compact, den Guiding Principles der Vereinten Nationen (UN) und der Erklärung für grundlegende Rechte bei der Arbeit der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zum Ausdruck kommenden Grundprinzipien standardmäßig über die Allgemeinen Einkaufsbedingungen.

Bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex für Lieferanten behält sich freenet angemessene, von der Schwere des Verstoßes abhängige Reaktionen und Sanktionen vor. Hierzu zählen insbesondere, jedoch nicht ausschließlich, die Aufforderung zur unverzüglichen Beseitigung des Verstoßes, die Geltendmachung von Schadensersatz oder – in letzter Konsequenz – die Vertragskündigung. Sofern Lieferanten oder deren Mitarbeiter einen Verstoß gegen geltendes Recht oder Standards der freenet vermuten, beinhaltet der Verhaltenskodex einen unmittelbaren Kontakt zum Compliance-Bereich der freenet, der gegebenenfalls Ermittlungen einleitet. Die Kontaktaufnahme ist über das auf den [Internetseiten der freenet AG](#) öffentlich zugängliche Hinweisgebersystem auch anonym möglich.

Zur Untermauerung der selbst gesetzten Verantwortung wurden bereits im Jahr 2017 Nachhaltigkeitsaspekte als Entscheidungsparameter in die freenet Einkaufsrichtlinie aufgenommen. Dadurch sollen die verantwortlichen Mitarbeiter sensibilisiert werden, bei der Einkaufsentscheidung explizit auch jene Aspekte zu berücksichtigen. Seit 2020 werden dementsprechend bei allen Ausschreibungen neben Aspekten zur finanziellen Situation auch Auskünfte zu Nachhaltigkeitsaspekten vorab eingeholt, sofern dies aufgrund der konkreten Umstände des Einzelfalls sinnvoll oder notwendig erscheint. In diesem Zusammenhang wird von allen Lieferanten und Dienstleistern immer eine Vorabzustimmung zum freenet Supplier Code of Conduct eingeholt.



In der separaten Einkaufsrichtlinie der Media Broadcast finden insbesondere die Aspekte Umweltschutz und Energieeffizienz eine verstärkte Beachtung, da die freenet Tochtergesellschaft aufgrund ihrer Sendefunktion ein intensiver Stromverbraucher ist. Bei gänzlicher Gleichwertigkeit von Angeboten sind Lieferanten zu bevorzugen, die eben diese Aspekte stärker berücksichtigen. In Bezug auf die Beschaffung jeglichen technischen Equipments wird der Stromverbrauch seit 2021 standardmäßig als eines der relevantesten Kriterien in der technischen Angebotsanalyse bei Ausschreibungen bewertet.

Im Geschäftsjahr wurde das Lieferantenrisikomanagement vor dem Hintergrund des LkSG neu strukturiert. In einem ersten Schritt wurden abstrakte Risikoindikatoren definiert, die auf die Kreditoren aller verbundenen Unternehmen angewandt wurden. Unternehmen, bei denen ein erhöhtes abstraktes Risiko ermittelt wurde, wurden von den zuständigen Einkaufsabteilungen konkret auf Basis der eigenen Erfahrungen bewertet. Um die Risikobewertung zu verifizieren, wurden an eine große Zahl von Lieferanten Fragebögen versandt. Dabei zeigte sich, dass es nur in sehr geringem Umfang relevante Risiken nach dem LkSG bei den Lieferanten von freenet gibt.

## EU-Taxonomie-Bericht

### Gegenstand und Zielsetzung der EU-Taxonomie

Hauptziele des Aktionsplans der Europäischen Kommission zur Finanzierung eines nachhaltigen Wachstums sind die Lenkung von Kapitalströmen in nachhaltige Investitionen und die Gewährleistung eines einheitlichen Niveaus an Markttransparenz. Übergeordnetes Ziel ist die Transformation der europäischen Wirtschaft hin zu einer CO<sub>2</sub>-neutralen Wirtschaft bis zum Jahr 2050. Mit der EU-Taxonomie hat die Europäische Kommission ein zentrales Steuerungsinstrument geschaffen, um dieses Ziel zu erreichen und den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft zu fördern.

Rechtliche Grundlage für Unternehmen bildet die Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 (im Folgenden: Taxonomie-VO bzw. EU-Taxonomie) über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088. Gemäß Art. 8 der Taxonomie-VO in Verbindung mit der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178 der Kommission vom 6. Juli 2021 (im Folgenden: Delegierter Rechtsakt zu Art. 8 der EU-Taxonomie) haben Nicht-Finanzunternehmen den Anteil ihrer Umsatzerlöse, den Anteil ihrer Investitionsausgaben (CapEx) und den Anteil der Betriebsausgaben (OpEx) offenzulegen, die mit Wirtschaftsaktivitäten<sup>4</sup> verbunden sind, die im Sinne der Taxonomie-VO als ökologisch nachhaltig einzustufen sind.

Bislang waren die Angaben nur für Aktivitäten zu machen, die von der EU für die ersten beiden („Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“) der insgesamt sechs Umweltziele, die in Art. 9 der Taxonomie-VO genannt werden, definiert wurden. Im Jahr 2023 wurden weitere Aktivitäten für die vier übrigen Umweltziele („Nachhaltige Nutzung und Schutz der Wasser- und Meeresressourcen“, „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“, „Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung“ und „Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme“) veröffentlicht und sind ebenfalls zu berücksichtigen.

### Wirtschaftsaktivität der freenet AG

#### Grundlagen und Definitionen

In der EU-Taxonomie wird zwischen taxonomiefähigen (taxonomy-eligible) und taxonomiekonformen (taxonomy-aligned) Aktivitäten unterschieden. Taxonomiefähig ist eine Wirtschaftsaktivität, sofern sie in einem der Delegierten Rechtsakte<sup>5</sup> genannt wird, die die Taxonomie-VO ergänzen und die Umweltziele spezifizieren. Hierbei ist es nicht notwendig, dass die ausgeübte Aktivität ein oder alle technischen Bewertungskriterien, die in den Delegierten Rechtsakten genannt werden, erfüllt. Als nichttaxonomiefähig gelten im Umkehrschluss alle Wirtschaftsaktivitäten, die nicht in den ergänzenden Delegierten Rechtsakten genannten werden.

Taxonomiekonform, also ökologisch nachhaltig im Sinne der Taxonomie-VO, ist eine Wirtschaftsaktivität, sofern sie die folgenden Anforderungen kumulativ erfüllt:

1. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zu einem oder mehreren Umweltzielen, nachgewiesen durch Einhaltung der von der EU definierten Kriterien für den wesentlichen Beitrag,
2. sie beeinträchtigt die Erreichung der übrigen Umweltziele nicht erheblich („DNSH: Do No Significant Harm“) und
3. sie wird unter Berücksichtigung sozialer Mindestschutzkriterien („Minimum Safeguards“) ausgeführt.

Die Interpretation der Aktivitätenbeschreibung der EU-Taxonomie obliegt aufgrund auslegungsbedürftiger Begriffe und bisher fehlender Kommentarliteratur seitens des Regulierers, der Wissenschaft oder von einschlägigen Praktikern den aufstellenden Unternehmen. Im Rahmen der Erstellung der Angaben zur EU-Taxonomie hat die freenet AG Auslegungshinweise zur Taxonomie-VO, den Delegierten Rechtsakten und den veröffentlichten FAQs von der Europäischen Kommission angemessen gewürdigt. Die nachstehenden Berichtspflichten spiegeln den aktuellen Stand der Würdigung wider.

#### Vorgehensweise zur Identifikation taxonomiefähiger und -konformer Wirtschaftsaktivitäten

Mit der Implementierung der EU-Taxonomie befasst sich bei der freenet AG ein interdisziplinäres Team unter

<sup>4</sup> Übersetzt aus der englischen Fassung der Taxonomie-VO („economic activities“) und gleichbedeutend verwendet mit den deutschen Begriffen „Wirtschaftstätigkeit“ und „Aktivität“.

<sup>5</sup> Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139 Annex 1 der Kommission vom 4. Juni 2021 (im Folgenden: Delegierter Rechtsakt zu Art. 10 der Taxonomie-VO (Annex 1)) sowie Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139 Annex 2 der Kommission vom 4. Juni 2021 (im Folgenden: Delegierter Rechtsakt zu Art. 11 der Taxonomie-VO (Annex 2)) nebst Delegierter Verordnung (EU) 2022/1214 der Kommission vom 9. März 2022 zur Änderung der zuvor genannten Delegierten Verordnung und Delegierter Verordnung (EU) 2023/2486 vom 27. Juni 2023 zur Ergänzung der Verordnung (EU) 2020/852 und zur Änderung der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178.

Beteiligung der Bereiche ESG Reporting, ESG Controlling, Rechnungswesen und Recht. Zur Identifikation taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten werden interne Fachexperten hinzugezogen, um die Betroffenheit einzelner Geschäftsaktivitäten durch die EU-Taxonomie im Detail zu analysieren und die identifizierten Themen zu strukturieren. Ausgangspunkt der Analyse einer grundlegenden Betroffenheit durch die EU-Taxonomie waren die gemäß IFRS 8 definierten Segmente „Mobilfunk“ und „TV und Medien“ und ihre primären Umsatzaktivitäten.

Die freenet AG erbringt in ihrem Segment „Mobilfunk“ hauptsächlich Dienstleistungen als Mobilfunk-Service-Provider. Die primäre Umsatzaktivität liegt im Einkauf und der Vermarktung von Mobilfunkdienstleistungen vorwiegend an Privatkunden. Ein eigenes Mobilfunknetz wird nicht betrieben, sondern es wird auf die bereitgestellte Netzinfrastruktur der in Deutschland ansässigen Netzbetreiber zurückgegriffen. Im Segment „TV und Medien“ liegt die wesentliche Umsatzaktivität in der Übertragung von Fernseh- und Radioprogrammen Dritter mittels einer eigenen oder angemieteten Infrastruktur. Diesbezüglich vermarktet die freenet AG auch den technologischen Zugang zum linearen Fernsehen über Antenne (DVB-T2) oder Internetfernsehen (IPTV) an Privatkunden (vgl. Geschäftsmodell und Organisationsstruktur). Die primären Umsatzaktivitäten der freenet AG lassen sich dem (NACE-)Sektor „Information und Kommunikation“ zuordnen, der von der EU-Taxonomie abgedeckt wird, womit eine grundsätzliche Betroffenheit durch die EU-Taxonomie festgehalten werden kann.

Die Ergebnisse der Betroffenheitsanalyse auf Aktivitätsebene wurden in einer Betroffenheitsmatrix zusammengefasst, die die gesamten Aktivitäten der EU-Taxonomie und Erläuterungen zu deren Relevanz für freenet enthält. Für die Aktivitäten im Zusammenhang mit den Zielen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ wurde für das Geschäftsjahr 2023 die Analyse aus dem Jahr 2022 unter Berücksichtigung der im abgelaufenen Geschäftsjahr tatsächlich angefallenen Geschäftsvorfälle und Aktivitäten erneut gewürdigt. Grundsätzlich ergaben sich für diese Aktivitäten einschließlich der Änderungen an den Delegierten Rechtsakten vom 27. Juni 2023 keine Änderungen hinsichtlich der Einschätzung der Betroffenheit. Die Aktivitäten im Zusammenhang mit den vier neuen Umweltzielen wurden gleichermaßen einer Überprüfung unterzogen.

Für die bereits 2021 von der EU-Kommission definierten Wirtschaftsaktivitäten wurden unter Berücksichtigung aller zwischenzeitlichen Ergänzungen die Anforderungen an die Taxonomiekonformität analog dem Vorjahr analysiert und deren Erfüllungsgrad ausgewertet. Die Ergebnisse werden in den folgenden Kapiteln dargestellt.

In Bezug auf die Wirtschaftstätigkeiten, die durch die Erweiterung der Taxonomie neu aufgenommen wurden, wurde für das Geschäftsjahr 2023 im Einklang mit Art. 5 der Delegierten Verordnung (EU) 2023/2486 nur die Taxonomiefähigkeit untersucht.

### Taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten

Für die genannten Kerngeschäftsbereiche „Mobilfunk“ und „TV und Medien“ wurden folgende für den Sektor „Information und Kommunikation“ relevante Aktivitäten gewürdigt und analog der Vorjahresberichterstattung als nicht taxonomiefähig eingestuft:

- Aktivität 8.2: Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen (Umweltziel: Klimaschutz)
- Aktivität 8.3: Rundfunk Tätigkeiten (Umweltziel: Anpassung an den Klimawandel)

Entsprechend werden die primären Umsatzaktivitäten derzeit nicht von der EU-Taxonomie abgedeckt.

In Bezug auf Aktivität 8.2 wurde in einer am 19. Dezember 2022 von der Europäischen Kommission veröffentlichten Bekanntmachung (FAQ) zudem klargestellt, dass allgemeine elektronische Kommunikationsnetze zwar eine wichtige und notwendige Voraussetzung sind, um die in der Aktivität genannten IKT-Lösungen zu realisieren, sie aber nicht vorrangig zur Emissionsverringerung betrieben werden (Antwort auf Frage Nr. 159). Allgemeine Telekommunikationsinfrastrukturen, wie Mobilfunknetze, sind daher nicht von der Aktivität abgedeckt. Entsprechend ist die Wirtschaftsaktivität der freenet AG, die darin liegt, Kunden Zugang zur mobilen Kommunikation zu ermöglichen, ebenfalls nicht von Aktivität 8.2 abgedeckt.

Nach gegenwärtigem Verständnis der EU-Taxonomie kommt es nicht nur darauf an, ob eine Wirtschaftsaktivität unmittelbar der Umsatzgenerierung und damit dem eigentlichen Wirtschaften des Unternehmens dient. Vielmehr kann jede Aktivität, die im Unternehmen ausgeübt wird, taxonomiefähig sein.

Im Rahmen der Erbringung der eigenen Dienstleistungen und Services greift freenet auch auf Produkte und Leistungen von Lieferanten zurück, die im Zusammenhang mit Investitions- und Betriebsausgaben stehen. Im Kontext der EU-Taxonomie handelt es sich hierbei um den Erwerb von Output taxonomiefähiger Aktivitäten oder die Durchführung einzelner Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz. Bei freenet handelt es sich dabei vor allem um Querschnitts- und Infrastrukturtätigkeiten wie das Leasing von Fahrzeugen (Abschnitt 6 – Sektor „Verkehr“) oder die genutzten Gebäude (Abschnitt 7 – Sektor „Baugewerbe und Immobilien“).

Darüber hinaus übt freenet auch Aktivitäten in Bezug auf Datenzentren (Abschnitt 8 – Sektor „Information und Kommunikation“) und kreislaufwirtschaftsorientierte Produktlösungen (Abschnitt 5 – Sektor „Dienstleistungen“) aus. Letztere sind neue Aktivitäten, die sich aus der Analyse der neuen Umweltziele ergeben haben.

In Bezug auf die Aktivitäten der Sektoren „Verkehr“, „Baugewerbe und Immobilien“ und „Information und Kommunikation“ steht das Ziel „Klimaschutz“ im Vordergrund. Die Aktivitäten des Sektors „Dienstleistungen“ sind dem Umweltziel „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“ zuzuordnen.

Alle für das Geschäftsjahr 2023 relevanten Aktivitäten werden in Tabelle 28 beschrieben.

**Tabelle 28: Taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten**

Nr. Umweltziel <sup>1</sup>	Wirtschaftsaktivität	Beschreibung bezogen auf die freenet AG
<b>Macro-Sektor „Verkehr“</b>		
<b>CCM 6.5,</b> CCA 6.5	Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	Fuhrpark bestehend aus Dienst- und Servicewagen
<b>Macro-Sektor „Baugewerbe und Immobilien“</b>		
<b>CCM 7.2,</b> CCA 7.2, CE 3.2	Renovierung bestehender Gebäude	Nachlaufende CapEx für die Renovierung des Bürogebäudes am Standort Büdelsdorf
<b>CCM 7.3,</b> CCA 7.3	Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	Installation von energieeffizienter LED-Beleuchtung an den eigenen und angemieteten Standorten sowie Shops und Stores
<b>CCM 7.4,</b> CCA 7.3	Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden	Errichtung einer Ladesäuleninfrastruktur an den Bürostandorten
<b>CCM 7.7,</b> CCA 7.7	Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	Betriebsausgaben (Wartung, Instandhaltung und weiteres) für den (renovierten) Standort Büdelsdorf
<b>Sektor „Information und Kommunikation“</b>		
<b>CCM 8.1,</b> CCA 8.1	Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	Betrieb eines eigenen Datenzentrums sowie Anmietung von Colocation-Bereichen inkl. Stromversorgung und Klimatisierung (gem. IFRS 16 bilanzierte Nutzungsrechte), ausgestattet mit eigener IT
<b>Sektor „Dienstleistungen“</b>		
<b>CE 5.1</b>	Reparatur, Wiederaufarbeitung (Refurbishment) und Wiederaufbereitung (Remanufacturing)	Reparatur von mobilen Endgeräten (Segment Mobilfunk), Refurbishment von CI-Karten und WiFi Access Points (Segment TV und Medien)
<b>CE 5.4</b>	Verkauf von Gebrauchsgütern	Verkauf von gebrauchten mobilen Endgeräten und Zubehör (Segment Mobilfunk), Verkauf von gebrauchten CI-Karten (Segment TV und Medien)
<b>CE 5.5</b>	Produkt als Dienstleistung und andere kreislauf- und ergebnisorientierte Dienstleistungsmodelle	Mietmodelle hinsichtlich der Access Points für den Betrieb von WiFi-Netzen (Segment TV und Medien)

<sup>1</sup> In dieser Spalte werden Nummer und Umweltziel der Wirtschaftstätigkeiten angegeben. Bei Zuordnung zu mehreren möglichen Umweltzielen wird das Ziel hervorgehoben, die Aktivität zugeordnet wurde. Die Abkürzungen werden durch die Taxonomie-VO vorgegeben: Klimaschutz = CCM (Climate Change Mitigation), Anpassung an den Klimawandel = CA (Climate Change Adaptation), Wasser- und Meeresressourcen = WTR (Sustainable Use and Protection of Water and Marine Resources), Kreislaufwirtschaft = CE (Transition to a Circular Economy), Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung = PPC (Pollution Prevention and Control), Biologische Vielfalt und Ökosysteme = BIO (Protection and Restoration of Biodiversity and Ecosystems).

**Taxonomiekonformität der identifizierten taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten**

Die Berichtspflichten im Rahmen der EU-Taxonomie für das Geschäftsjahr 2023 sehen lediglich vor, die Taxonomiekonformität für die identifizierten Wirtschaftsaktivitäten zu analysieren und anzugeben, die dem Umweltziel „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ zugeordnet werden. Im Rahmen der Untersuchung hat sich herausgestellt, dass keine der zu analysierenden Aktivitäten taxonomiekonform ist.

In Bezug auf die Datenzentren (Aktivität 8.1) werden die Kriterien, die von der EU für einen wesentlichen Beitrag zum Umweltziel „Klimaschutz“ definiert wurden, nicht erfüllt. Das Treibhauspotenzial (Global Warming Potential, GWP) der Kältemittel, die im Kühlsystem der Rechenzentren verwendet werden, liegt jeweils oberhalb des definierten Maximalwerts von 675, aber innerhalb der Vorgaben der Verordnung (EU) 517/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. April 2014 über fluoridierte Treibhausgase. Aufgrund der Überschreitung des GWP-Maximalwerts sowie des sequenziellen Charakters des dreistufigen Tests gem. Art. 3 der Taxonomie-VO wurde eine Prüfung der übrigen Kriterien und Anforderungen nicht vorgenommen.

Die übrigen Aktivitäten im Zusammenhang mit den Zielen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ stehen gem. dem Delegierten Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-VO im Zusammenhang mit dem Erwerb von Output taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten und Einzelmaßnahmen („Kategorie (c)“ unter Ziffer 1.1.2.1. bzw. Ziffer 1.1.3.1. gemäß dem Delegierten Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-VO), die es ermöglichen, die Treibhausgasemissionen der primären (nichttaxonomiefähigen) Umsatzaktivitäten der freenet AG zu verringern. Gemäß aktuellem Diskussionsstand ist der Nachweis über die Taxonomiekonformität des bezogenen Outputs gemeinsam durch den jeweiligen Lieferanten bzw. Besitzer und das berichtende Unternehmen zu erbringen. Da viele Unternehmen selbst gerade erst die Konformität prüfen und deren Ergebnisse aufgrund des zeitlichen Aspekts von der freenet AG gar nicht einbezogen werden können, kann über den Erfüllungsgrad dieser von Dritten bezogenen Leistungen aktuell noch keine Aussage getroffen werden. Darüber hinaus sind viele Unternehmen nicht berichtspflichtig im Rahmen der EU-Taxonomie. Die entsprechenden Ausgaben werden somit für das Berichtsjahr 2023 als nicht taxonomiekonform ausgewiesen.

## Taxonomie-Kennzahlen und Rechnungslegungsgrundsätze

Gemäß Art. 8 der EU-Taxonomie umfassen die berichtspflichtigen Leistungskennzahlen (Taxonomie-KPIs) Umsatz, CapEx und OpEx. Nicht-Finanzunternehmen haben neben dem taxonomiefähigen Anteil auch den taxonomiekonformen Anteil ihres Umsatzes, CapEx und OpEx auszuweisen. Letztere Davon-Angabe wird von der freenet AG aufgrund fehlender taxonomiekonformer Wirtschaftsaktivitäten mit null ausgewiesen.

Der Delegierte Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-VO (Annex

1) sowie dessen Ergänzung vom 27. Juni 2023 legen den Inhalt, die Berechnungsmethoden und die Darstellung für die offenzulegenden KPIs von Nicht-Finanzunternehmen fest. Die freenet AG hat die für das Berichtsjahr erforderlichen Daten in Übereinstimmung mit den genannten Definitionen und Vorgaben ermittelt. Die Daten zur Berechnung der Kennzahlen stammen aus dem Rechnungslegungssystem des Konzerns und basieren auf dem Konzernabschluss der freenet AG. Durch die direkte Zuordnung von relevanten Transaktionen auf die jeweilige taxonomiefähige Aktivität werden Doppelzählungen ausgeschlossen.

**Tabelle 29: Verkürzte Darstellung der Taxonomie-KPIs 2023**

Taxonomie-KPI	Gesamt (KPI-Nenner)		Nichttaxonomiefähiger Anteil		Taxonomiefähiger Anteil		Taxonomiekonformer Anteil	
	absolut	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	
in Mio. EUR bzw. lt. Angabe								
Umsatz	2.627,3	2.611,5	99,4	15,8	0,6	0	0	
CapEx	88,8	85,2	95,9	3,6	4,1	0	0	
OpEx	30,7	24,6	80,2	6,1	19,8	0	0	

### Umsatz-KPI

Der Anteil taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten an den Konzernumsatzerlösen wurde kalkuliert auf Basis des Anteils der Nettoumsätze, die aus Waren und Dienstleistungen stammen, die mit taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten im Zusammenhang stehen (Zähler), geteilt durch die Konzernumsatzerlöse der freenet AG (Nenner); jeweils für das Geschäftsjahr beginnend am 1. Januar bis zum 31. Dezember.

Die im Nenner zugrunde gelegten Konzernumsatzerlöse stimmen mit den Nettoumsatzerlösen des Konzerns, die in Übereinstimmung mit IAS 1.82 berichtet werden, überein. Weitere Einzelheiten zu den Rechnungslegungsgrundsätzen in Bezug auf die Umsatzrealisierung befinden sich in der Anhangangabe Textziffer (Tz.) 2.1. Die Konzernumsatzerlöse stimmen mit Nettoumsatzerlösen des Konzerns gemäß Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung bzw. Anhangangabe Tz. 4 überein.

Der taxonomiefähige Anteil des Umsatzes beläuft sich auf 0,6% (Vorjahr: 0,1%) des Gesamtumsatzes in Höhe von 2.627,3 Mio. EUR (Vorjahr: 2.556,7 Mio. EUR). Der Zähler des Umsatz-KPI entspricht den Nettoumsätzen, die aus Waren und Dienstleistungen gegenüber externen Dritten (Kunden) stammen. Im Vergleich zum Vorjahr steigt der taxonomiefähige Umsatz um 12,2 Mio. EUR auf 15,8 Mio. EUR (Vorjahr 3,6 Mio. EUR) im Wesentlichen aufgrund der neu hinzugekommenen Aktivitäten im Bereich des Umweltziels „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“ (13,4 Mio. EUR).

Der taxonomiekonforme Anteil beläuft sich auf 0% (Vorjahr: 0%).

### CapEx-KPI

Der CapEx-KPI ist definiert als taxonomiefähige CapEx (Zähler) dividiert durch die Gesamt-CapEx (Nenner).

Der Nenner umfasst die Zugänge an Sachanlagevermögen und immateriellen Vermögenswerten während des Geschäftsjahres vor Abschreibungen, Amortisationen und jeglichen Neubewertungen, einschließlich solcher, die sich aus Zuschreibungen und Wertminderungen ergeben, und ohne Änderungen des beizulegenden Zeitwerts. Von den im Delegierten Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung genannten CapEx-Kategorien enthält die hier zugrunde gelegte Grundgesamtheit der Investitionen die Bruttozugänge des Sachanlagevermögens (IAS 16), der immateriellen Vermögenswerte (IAS 38) und die Zugänge in den langfristigen Nutzungsrechten (IFRS 16). Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen (IFRS 3) – sofern erfolgt – sind ebenfalls Teil des Nenners. Zugänge zum Geschäfts- oder Firmenwert werden nicht einbezogen, da sie nicht die Definition eines immateriellen Vermögenswerts (IAS 38) erfüllen. Weitere Einzelheiten zu den Rechnungslegungsgrundsätzen in Bezug auf Investitionen finden sich in der Anhangangabe Tz. 2.2. sowie Tz. 2.3. Die Gesamtinvestitionen entsprechen der Summe aus den Zugängen zu den Sachanlagen (IAS 16) und immateriellen Vermögenswerten (IAS 38) unter Anhangangabe Tz. 38 sowie den Zugängen zum Leasingvermögen (IFRS 16) unter Anhangangabe Tz. 2.5.1.

Der taxonomiefähige Anteil der CapEx beläuft sich auf 4,1 % (Vorjahr: 3,0 %) der Gesamt-CapEx in Höhe von 88,8 Mio. EUR (Vorjahr: 182,3 Mio. EUR). Davon entfallen:

- 65,9 % (Vorjahr: 83,8 %) auf Bruttozugänge zum Sachanlagevermögen (IAS 16) und
- 34,1 % (Vorjahr: 16,2 %) auf Zugänge zu den langfristigen Nutzungsrechten (IFRS 16).

Der Anteil der Bruttozugänge zum Sachanlagevermögen (IAS 16) hat abgenommen, da die Renovierung der Zentrale in Büdelsdorf im Jahr 2022 nahezu abgeschlossen wurde. Im Jahr 2023 entfällt der größte Teil der taxonomiefähigen CapEx auf Aktivität 8.1. Die Investitionen konnten den entsprechenden Aktivitäten anhand der Anlagenklassen und Maßnahmen eindeutig zugeordnet werden.

Der taxonomiekonforme Anteil beläuft sich auf 0 % (Vorjahr: 0 %).

#### OpEx-KPI

Der OpEx-KPI ist definiert als taxonomiefähige OpEx (Zähler) dividiert durch die Gesamt-OpEx (Nenner) gemäß Definition der EU-Taxonomie. Der Nenner umfasst direkte, nicht aktivierte Aufwendungen, die sich auf Forschung und Entwicklung, Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristiges Leasing, Wartung und Reparatur sowie sämtliche anderen direkten Aufwendungen im Zusammenhang mit der täglichen Wartung des Sachanlagevermögens beziehen, um die kontinuierliche und effektive Funktionsfähigkeit dieser Vermögenswerte sicherzustellen. Folgende Sachverhalte sind enthalten:

- Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen haben weder im Geschäftsjahr noch im Vorjahr die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung beeinflusst.
- Kurzfristige Leasingverhältnisse beziehen sich auf die in Übereinstimmung mit IFRS 16 ermittelten Aufwendungen unter Anhangangabe Tz. 2.5.1.
- Wartungs- und Reparaturaufwendungen sowie sämtliche anderen direkten Aufwendungen im Zusammenhang mit der täglichen Wartung des Sachanlagevermögens wurden anhand einer Einzelkontenanalyse ermittelt und lassen sich verschiedenen Positionen (u. a. Instandhaltung von Verwaltungsgebäuden, Systemtechnik oder IT-Systemen) der sonstigen betrieblichen Aufwendungen (siehe Anhangangabe Tz. 10) zuordnen. Gebäudesanierungsmaßnahmen sind ebenfalls enthalten.
- Personalaufwendungen, die mit den zuvor aufgeführten Bereichen in Verbindung stehen, werden ebenfalls einbezogen. Die EU-Taxonomie macht diesbezüglich keine expliziten Angaben, dass diese nicht einbezogen werden dürfen. Insbesondere die auf Wartung und Reparatur der technischen Infrastruktur entfallenden Personalkosten wurden entsprechend der Kostenstellenzuordnung der Mitarbeiter berücksichtigt.

Für die Grundgesamtheit der Betriebskosten wurde auf die entsprechenden Konzernkonten zurückgegriffen.

Im Vergleich zur CapEx ist das spezifische OpEx-Verständnis der EU-Taxonomie ausschlaggebend dafür, dass die Gesamt-OpEx wesentlich geringer sind als die gesamten Betriebsausgaben des Konzerns. Unter Einbeziehung der oben genannten Personalkosten führt dies zu einem taxonomiefähigen Anteil der OpEx von 19,8 % (Vorjahr: 18,9 %) an den Gesamt-OpEx (gem. Definition der EU-Taxonomie) in Höhe von 30,7 Mio. EUR (Vorjahr 32,1 Mio. EUR) und ist damit in etwa vergleichbar mit dem Vorjahr. Davon entfallen:

- 76,7 % auf Wartung und Reparaturaufwendungen (Vorjahr: 83,7 %) und
- 23,3 % auf sonstige Kosten (Vorjahr: 16,3 %).

Der größte Teil der taxonomiefähigen OpEx (80,9 %) entfällt im Jahr 2023 auf Aktivität 8.1. Zur Allokation der OpEx auf die Aktivitäten wurden die Erwerbsvorgänge sowie Maßnahmen identifiziert und die entsprechenden Kostenstellen ausgewertet, um eine eindeutige Zuordnung vorzunehmen.

Der taxonomiekonforme Anteil beläuft sich auf 0 % (Vorjahr: 0 %).

## Tabellen gemäß Annex II des Delegierten Rechtsakts zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung

### Umsatz

**Tabelle 30: Anteil des Umsatzes aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind – Offenlegung für das Jahr 2023**

Wirtschaftstätigkeiten (1)	Geschäftsjahr 2023 Code(s) (2)	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						
		Absoluter Umsatz (3) in Tsd. EUR	Umsatz- anteil (4) in %	Klima- schutz (5) in %	Anpassung an den Klima- wandel (6) in %	Wasser- und Meeres- ressourcen (7) in %	Kreislauf- wirtschaft (8) in %	Umwelt- verschmut- zung (9) in %	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (10) in %	
<b>A. Taxonomiefähige Tätigkeiten</b>										
<b>A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>										
–	–	0	0	–	–	–	–	–	–	–
<b>Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	–	–	–	–	–	–	–
davon „ermöglichende Tätigkeiten“		0	0							
davon „Übergangstätigkeiten“		0	0							
<b>A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>										
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	<b>CCM 8.1, CCA 8.1</b>	2.389,7	0,1	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Reparatur, Wiederaufarbeitung und Wiederaufbereitung <sup>1</sup>	<b>CE 5.1<sup>1</sup></b>	7.375,9	0,3	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL
Verkauf von Gebrauchsgütern <sup>1</sup>	<b>CE 5.4<sup>1</sup></b>	3.298,1	0,1	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL
Produkt als Dienstleistung und andere kreislauf- und ergebnisorientierte Dienstleistungsmodelle <sup>1</sup>	<b>CE 5.5<sup>1</sup></b>	2.735,4	0,1	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL
<b>Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)</b>		<b>15.799,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	–	–	<b>0,5</b>	–	–	–
<b>Total (A.1+A.2)</b>		<b>15.799,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	–	–	<b>0,5</b>	–	–	–
<b>B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten</b>										
<b>Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)</b>		<b>2.611.521,8</b>	<b>99,4</b>							
<b>Gesamt (A+B)</b>		<b>2.627.321,0</b>	<b>100,0</b>							

<sup>1</sup> Für die Wirtschaftsaktivitäten, die 2023 durch die Delegierte-VO (EU) 2023/2486 vom 27. Juni 2023 ergänzt wurden, wurde gesetzeskonform keine Konformitätsprüfung durchgeführt.

	Umsatzanteil/Gesamtumsatz	
	Taxonomiekonform je Ziel	Taxonomiefähig je Ziel
CCM	0,0%	0,1%
CCA	0,0%	0,1%
WTR	n.a.	0,0%
CE	n.a.	0,5%
PPC	n.a.	0,0%
BIO	n.a.	0,0%



## CapEx

**Tabelle 31: CapEx-Anteil aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind – Offenlegung für das Jahr 2023**

Geschäftsjahr 2023 (1)	2023 Code(s) (2)	Absoluter CapEx (3) in Tsd. EUR	CapEx- anteil (4) in %	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						Biologische Vielfalt und Öko- systeme (10) in %
				Klima- schutz (5) in %	Anpassung an den Klima- wandel (6) in %	Wasser- und Meeres- ressourcen (7) in %	Kreislauf- wirtschaft (8) in %	Umwelt- verschmut- zung (9) in %		
<b>A. Taxonomiefähige Tätigkeiten</b>										
<b>A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>										
–	–	0	0	–	–	–	–	–	–	–
<b>CapEx ökologisch nachhal- tiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	–	–	–	–	–	–	–
davon „ermöglichende Tätigkeiten“		0	0	–	–	–	–	–	–	–
davon „Übergangstätigkeiten“		0	0	–	–	–	–	–	–	–
<b>A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>										
Beförderung mit Motor- rädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	<b>CCM 6.5,</b> CCA 6.5	748,8	0,8	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Renovierung bestehender Gebäude	<b>CCM 7.2,</b> CCA 7.2, CE 3.2	196,1	0,2	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, Wartung und Reparatur von energie- effizienten Geräten	<b>CCM 7.3,</b> CCA 7.3	163,2	0,2	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, Wartung und Re- paratur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Ge- bäuden (und auf zu Gebäu- den gehörenden Parkplätzen)	<b>CCM 7.4,</b> CCA 7.4	211,0	0,2	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbun- dene Tätigkeiten	<b>CCM 8.1,</b> CCA 8.1	1.406,3	1,6	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Produkt als Dienstleistung und andere kreislauf- und ergebnisorientierte Dienst- leistungsmodelle <sup>1</sup>	<b>CE 5.5<sup>1</sup></b>	923,0	1,0	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL
<b>CapEx taxonomiefähiger, aber nicht öko- logisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)</b>		<b>3.648,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,1</b>	–	–	<b>1,0</b>	–	–	–
<b>Total (A.1 + A.2)</b>		<b>3.648,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,1</b>	–	–	<b>1,0</b>	–	–	–
<b>B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten</b>										
<b>CapEx nicht taxonomie- fähiger Tätigkeiten (B)</b>		<b>85.190,0</b>	<b>95,9</b>							
<b>Gesamt (A + B)</b>		<b>88.838,4</b>	<b>100,0</b>							

<sup>1</sup> Für die Wirtschaftsaktivitäten, die 2023 durch die Delegierte-VO (EU) 2023/2486 vom 27. Juni 2023 ergänzt wurden, wurde gesetzeskonform keine Konformitätsprüfung durchgeführt.

	CapEx-Anteil/Gesamt-CapEx	
	Taxonomiekonform je Ziel	Taxonomiefähig je Ziel
CCM	0,0%	3,1%
CCA	0,0%	3,1%
WTR	n.a.	0,0%
CE	n.a.	1,3%
PPC	n.a.	0,0%
BIO	n.a.	0,0%



DNSH-Kriterien (Keine erhebliche Beeinträchtigung)

Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel (11) J/N	Wasser- und Meeresressourcen (12) J/N	Kreislaufwirtschaft (13) J/N	Umweltverschmutzung (14) J/N	Biologische Vielfalt und Ökosysteme (15) J/N	Mindestschutz (16) J/N	Taxonomie-konformer (A.1) oder -fähiger (A.2) CapEx-Anteil, 2022 (17) J/N	Taxonomie-konformer (A.1) oder -fähiger (A.2) CapEx-Anteil, 2022 (18) in %	Kategorie (ermöglichte Tätigkeiten) (19) E	Kategorie (Übergangstätigkeiten) (20) T
	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	–	–	–	–	–	–	–	–		
	–	–	–	–	–	–	–	–		
	–	–	–	–	–	–	–	–		–
								0,2		
								2,1		
								0,1		
								0,0		
								0,6		
								–		
								<b>3,0</b>		
								<b>3,0</b>		

## OpEx

**Tabelle 32: OpEx-Anteil von Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind – Offenlegung für das Jahr 2023**

Geschäftsjahr 2023	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						
	Code(s) (2)	Absoluter OpEx (3) in Tsd. EUR	OpEx- anteil (4) in %	Klima- schutz (5) in %	Anpassung an den Klima- wandel (6) in %	Wasser- und Meeres- ressourcen (7) in %	Kreislauf- wirtschaft (8) in %	Umwelt- verschmut- zung (9) in %	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (10) in %
<b>A. Taxonomiefähige Tätigkeiten</b>									
<b>A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>									
–	–	0	0	–	–	–	–	–	–
<b>OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	–	–	–	–	–	–
davon „ermöglichte Tätigkeiten“		0	0	–	–	–	–	–	–
davon „Übergangstätigkeiten“		0	0	–					
<b>A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>									
Beförderung mit Motor- rädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	<b>CCM 6.5,</b> CCA 6.5	737,0	2,4	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestatio- nen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	<b>CCM 7.4,</b> CCA 7.4	6,7	0,0	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Eigene und gemietete Gebäude	<b>CCM 7.7,</b> CCA 7.7	416,7	1,4	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbun- dene Tätigkeiten	<b>CCM 8.1,</b> CCA 8.1	4.916,2	16,0	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL
Reparatur, Wieder- aufarbeitung und Wieder- aufbereitung <sup>1</sup>	<b>CE 5.1*</b>	2,1	0,0	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL
<b>OpEx taxonomiefähiger, aber nicht öko- logisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)</b>		<b>6.078,7</b>	<b>19,8</b>	<b>19,8</b>	–	–	<b>0,0</b>	–	–
<b>Total (A.1 + A.2)</b>		<b>6.078,7</b>	<b>19,8</b>	<b>19,8</b>	–	–	<b>0,0</b>	–	–
<b>B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten</b>									
<b>OpEx nicht taxonomie- fähiger Tätigkeiten (B)</b>		<b>24.631,8</b>	<b>80,2</b>						
<b>Gesamt (A + B)</b>		<b>30.710,6</b>	<b>100,0</b>						

<sup>1</sup> Für die Wirtschaftsaktivitäten, die 2023 durch die Delegierte-VO (EU) 2023/2486 vom 27. Juni 2023 ergänzt wurden, wurde gesetzeskonform keine Konformitätsprüfung durchgeführt.

	OpEx-Anteil/Gesamt-OpEx	
	Taxonomiekonform je Ziel	Taxonomiefähig je Ziel
CCM	0,0%	19,8%
CCA	0,0%	19,8%
WTR	n.a.	0,0%
CE	n.a.	0,0%
PPC	n.a.	0,0%
BIO	n.a.	0,0%

DNSH-Kriterien (Keine erhebliche Beeinträchtigung)

Klimaschutz (11) J/N	Anpassung an den Klima- wandel (12) J/N	Wasser- und Meeres- ressourcen (13) J/N	Kreislauf- wirtschaft (14) J/N	Umwelt- verschmut- zung (15) J/N	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (16) J/N	Mindest- schutz (17) J/N	Taxonomie- konformer (A.1) oder -fähiger (A.2) OpEx-Anteil, 2022 (18) in %	Kategorie (ermögli- chende Tätigkeiten) (19) E	Kategorie (Übergangs- tätig- keiten) (20) T
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
							3,5		
							0,0		
							1,0		
							14,4		
							—		
							<b>18,9</b>	—	—
							<b>18,9</b>	—	—