

ESG-BERICHT
2021



BRIEF UNSERES CEO

Wir bei AUTO1 schaffen die beste Plattform für den Online-Kauf und -Verkauf von gebrauchten Kraftfahrzeugen. Als die führende europäische Plattform für Gebrauchtwagen nehmen wir eine Vorreiterrolle ein, wenn es um den umweltfreundlichen Handel von Kraftfahrzeugen geht. Wir handeln Gebrauchtwagen auf die effizienteste Art und Weise und beschleunigen so den Übergang der Industrie zu Elektro- und Wasserstofffahrzeugen. Gleichzeitig tragen wir dazu bei, den Bedarf an neu produzierten Fahrzeugen zu senken, indem wir die von uns angestrebte Kreislaufwirtschaft stärken.

Wir spielen eine entscheidende Rolle bei der Schaffung eines nachhaltigeren und transparenten Automobilmarktes in Europa. Wir wollen den Markt beim Übergang in eine umwelt- und verbraucherfreundlichere Zukunft unterstützen – das ist einer der Hauptfaktoren, die uns bei AUTO1 antreiben. Wir wollen das Richtige tun und hart arbeiten, um ein noch nie da gewesenes Maß an Transparenz auf dem Gebrauchtwagenmarkt zu erreichen. Wir bieten unseren Verbrauchern die transparenteste, schnellste und einfachste Möglichkeit, Gebrauchtwagen zu kaufen und zu verkaufen. In unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht stellen wir dazu so viele relevante Informationen zu unseren wichtigsten nicht-finanziellen Kennzahlen bereit wie möglich.

Der Kampf gegen den Klimawandel erfordert von uns allen mutiges Handeln. Meiner Überzeugung nach müssen wir unserer Verantwortung für die von uns direkt oder indirekt verursachten umweltschädlichen Emissionen gerecht werden. Daher arbeiten wir gemeinsam mit unseren Partnern daran, diese Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu senken, beispielsweise indem wir Lieferwege kontinuierlich optimieren und bereits jetzt die Voraussetzungen für einen Umstieg auf emissionsfreie Lkw schaffen, sobald diese für den Langstrecken-Einsatz zur Verfügung stehen. Auch wenn wir bereits große Fortschritte erzielt haben, liegt noch ein langer Weg vor uns, bis wir, wie in diesem Bericht beschrieben, unser Ziel erreicht haben, bis 2030 ein klimaneutrales Unternehmen zu werden.

Ich bin fest entschlossen dafür zu sorgen, dass AUTO1 seinen Weg der Nachhaltigkeit und Transparenz weiter fortsetzt und ein noch besserer Arbeitgeber für unsere großartigen Talente wird. Sie sind die Eckpfeiler für unseren zukünftigen Erfolg.

Christian Bertermann

Chief Executive Officer und Mitgründer
AUTO1 Group SE



EINLEITUNG DES ESG-BERICHTS

AUTO1 Group SE (im folgenden "AUTO1" und / oder "Gruppe") ist Europas führende Online-Plattform für den Gebrauchtwagenhandel, die als E-Commerce-Plattform unter den Marken AUTO1.com, WKDA mit ihren Schwestermarken und Autohero betrieben wird. Wir sind in mehr als 30 Ländern aktiv und beschäftigen über 6.000 Mitarbeiter. Im Jahr 2021 haben wir fast 600.000 Fahrzeuge verkauft. Eine ausführliche Beschreibung unseres Geschäftsmodells finden Sie im entsprechenden Abschnitt des zusammengefassten Lageberichts in Kapitel 3 unseres Geschäftsberichts.

Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht auf die Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet, das hier gewählte Maskulinum bezieht sich zugleich auf alle Geschlechteridentitäten.



6.000+

Mitarbeiter



30+

Länder



21

Länder
mit Standorten



95

Unterschiedliche
Nationalitäten



3.000.000

Fahrzeuge von Kunden
ge- und verkauft

Unsere Wertschöpfungskette



Das oben dargestellte Modell zeigt die Wertschöpfungskette von AUTO1, die die Einzigartigkeit unseres Geschäfts sowie sein Potenzial für eine Kreislaufwirtschaft unterstreicht. Bei der Analyse unserer Wertschöpfungskette haben wir sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit identifiziert, die wir in diesem Environmental, Social und Governance (ESG)-Bericht näher erläutern.

Unser Ansatz für die nicht-finanzielle Berichterstattung

Dieser Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2021 wurde gemäß § 289b Absatz 1 und 3 sowie § 315b Absatz 1 und 3 HGB erstellt.

Zudem findet die EU-Verordnung über die Schaffung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen (Taxonomie-Verordnung) Anwendung. Entsprechend haben wir den Anteil unseres Umsatzes, unserer Investitionsaufwendungen (CapEx) und unserer Betriebsausgaben (OpEx) offengelegt, der mit ökologisch nachhaltigen wirtschaftlichen Aktivitäten verbunden ist. Eine Übersicht über unsere Taxonomie-Key Performance Indicators (KPIs) finden Sie im Abschnitt Umwelt.

Darüber hinaus orientieren wir uns an den Normen des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und dessen Schwerpunkt auf KPIs. Wir sind davon überzeugt, dass wir so relevante Informationen und leicht vergleichbare Kennzahlen bereitstellen können, die sich auf Themen konzentrieren, die erlauben unser Unternehmen aus einer Nachhaltigkeitsperspektive zu bewerten.

Nach SASB-Standard fallen wir in die dort definierten Kategorien Consumer Goods, Primary Industry Multiline & Speciality Retailer, and Distributor. Die Anwendung des SASB-Standards ermöglicht es uns, bei der Erstellung unserer Nachhaltigkeitskennzahlen die gleichen strengen Maßstäbe anzulegen wie bei unseren Finanzberichten. So können wir unseren Aktionären, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit einen umfassenden Überblick über unsere nicht-finanziellen Kennzahlen und Leistungen bieten, damit sie unsere Nachhaltigkeitskonzepte transparent bewerten können.

Unsere Mission ist es, die beste Möglichkeit zu schaffen, Fahrzeuge online zu kaufen und zu verkaufen. Dabei sind wir uns bewusst, dass die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in unsere tägliche Arbeit von zentraler Bedeutung für dieses Ziel und das nachhaltige Wachstum unseres Unternehmens ist. Wir unterstützen die 17 UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) und integrieren diese in unsere strategischen Geschäftsentscheidungen und täglichen Geschäftsabläufe. Entsprechend den Merkmalen unseres Geschäftsmodells liegt unser Schwerpunkt auf den folgenden drei SDGs:

Umwelt: Maßnahmen zum Klimaschutz (Ziel 13)

Wir wollen „umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen“, denn wir haben die überwältigende Bedeutung dieses Ziels und die Notwendigkeit für unser Unternehmen, es zu unterstützen, erkannt.

Soziale Fragen: Geschlechtergleichheit (Ziel 5)

Wir wollen „Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen“ und stehen voll hinter diesem Ziel. Ziel 5 zielt darauf ab, alle Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen zu beenden (Ziel 5.1), Förderung geteilter Verantwortung innerhalb des Haushalts und der Familie entsprechend den nationalen Gegebenheiten anzuerkennen und wertzuschätzen (Ziel 5.4) und die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Entscheidungsebenen im Wirtschaftsleben zu gewährleisten (Ziel 5.5).

Governance: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (Ziel 8)

Wir wollen „dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern“. Daher sind wir der festen Überzeugung, dass dieses Ziel am besten mit den Governance-Maßnahmen übereinstimmt, die wir eingeführt haben, um die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens, die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten und eine gerechte Entlohnung sowie die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung unserer Geschäftspartner zu gewährleisten.

Dieser Bericht geht auf diese und andere Ziele ein, beschreibt unsere Nachhaltigkeitsstrategie und erläutert Initiativen und Governance-Maßnahmen, die wir eingeführt haben, um unser Engagement für Nachhaltigkeit zu unterstreichen. In diesem Bericht geben wir außerdem einen Ausblick auf kommende Initiativen und Maßnahmen sowie auf unsere zukünftige Nachhaltigkeitsstrategie.

Prozess zur Erstellung des Berichts

Um eine Grundlage für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung zu schaffen und für maximale Transparenz dieses Prozesses zu sorgen, haben wir eine nicht-finanzielle Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Unser Ziel war es, festzustellen, welche Auswirkungen unser Geschäft auf Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeiter hat. Zudem wollten wir wissen, ob wir die zur Einhaltung rechtlicher Anforderungen notwendigen Risikomanagement-, Compliance- und Governance-Standards erfüllen und sicherstellen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umsetzen können. Im Rahmen dieser Bewertung haben wir unser Geschäftsmodell analysiert und mit internen und externen Stakeholdern zusammengearbeitet, um die wichtigsten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf diese Themen hervorzuheben.

Analysiert wurden sowohl unsere Stärken als auch unsere potenziellen Schwächen und Risiken, die in unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie in die Umsetzung der in diesem Bericht beschriebenen ESG-Initiativen eingeflossen sind. Dieser vorläufigen Beurteilung folgten eingehende interne Diskussionen, die von unserem Vorstand über den ESG-Lenkungsausschuss gesteuert wurden. Daran waren unsere Einkaufs-, Vertriebs-, Immobilien-, Logistik-, Aufbereitungs-, Rechts- und Compliance-, Steuer- und Risiko und Buchhaltungsabteilungen beteiligt. Gemeinsam mit Stakeholdern verschiedener Funktionsstufen wurde auf ein breites Spektrum an Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen und -Aspekten unseres Geschäfts eingegangen. Daraus resultierte die folgende Bewertung:

AUTO1 hat das Potenzial, eine wichtige Rolle für die Kreislaufwirtschaft in Europa zu spielen. Mit einem umfassenden Angebot an Fahrzeugen bieten wir den Verbrauchern eine transparente, unkomplizierte Möglichkeit, Gebrauchtwagen ganz bequem von zu Hause aus online zu kaufen bzw. zu verkaufen und tragen so einen erheblichen Teil zu ihrem Mobilitätsbedarf bei. Um diese Vision verwirklichen zu können, betreibt AUTO1 ein weitverzweigtes, pan-europäisches Logistiknetzwerk. Unser Umwelteinfluss und damit auch unsere CO₂-Bilanz waren ein entscheidender Faktor für unsere Beurteilung. Dementsprechend haben wir ein umfassendes CO₂-Audit durchgeführt, um zu analysieren, welche unserer operativen Tätigkeiten sich auf die Umwelt auswirken und mit welchen Maßnahmen sich diese Auswirkungen am besten mindern lassen. Zudem haben wir weitere Umweltaspekte wie die Nutzung erneuerbarer Energiequellen sowie die nachhaltige Entsorgung von Müll auf unseren Betriebsgeländen

und in den Aufbereitungszentren in diesen Prozess einbezogen. Eine nachhaltige Umwelt ist unser oberstes ESG-Ziel.

Nach den Umweltaspekten folgen an zweiter Stelle unsere Mitarbeiter und die Gemeinschaft. Mit mehr als 6.000 Mitarbeitern, Aktivitäten in über 30 Ländern und einer starken lokalen und internationalen Bedeutung als Arbeitgeber haben die Arbeit unserer Personalabteilung sowie die Gespräche mit Stakeholdern auf allen Funktionsstufen gezeigt, dass die Themen Menschen und Gesellschaft für unser Unternehmen von besonderer Bedeutung sind. Im Rahmen dieser Themenfelder haben wir uns mit unserem Einfluss als Unternehmen auf gesamteuropäischer Ebene, unseren Arbeitspraktiken, Gleichstellung und Vielfalt am Arbeitsplatz, die Ausbildung und Entwicklung unserer vielfältigen Belegschaft sowie unseren gesellschaftlichen Auswirkungen und Beiträgen befasst.

Und schließlich haben wir unsere Maßnahmen in den Bereichen Risikomanagement, Compliance und Governance auf der Basis geltender Gesetze und Standards untersucht, da es unser Ziel ist, unsere Struktur an diesen Vorgaben auszurichten. Dazu haben wir unsere Strategie zur Risikominderung, unsere Maßnahmen zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung, zur Datensicherheit und Datenschutz, zur Einhaltung der Menschenrechte sowie die Unabhängigkeit unseres Aufsichtsrats, des Prüfungsausschusses und der speziellen Governance-Struktur für Nachhaltigkeit bewertet. Ein besonderer Schwerpunkt waren hier die Themen Vielfalt und Inklusion, die Entscheidungswege sowie die Integration und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsaspekten in diesen Gremien.

Unser nicht-finanzielles Risikomanagement

Unter Beteiligung des Vorstands und mit dessen Zustimmung haben die Risikomanagement- und Compliance-Teams die wichtigsten Risiken, denen wir als Unternehmen ausgesetzt sind, bewertet, und zwar einschließlich derjenigen, die unsere Nachhaltigkeitsstrategie beeinflussen könnten. Unser interner Due-Diligence-Ansatz umfasste eine konzernweite ESG-Risikobewertung, bei der Umwelt-, Arbeitnehmer und Sozialfragen, Menschenrechte, Governance und Compliance berücksichtigt wurden. Dabei wurden sowohl unser Einfluss auf diese Risiken als auch deren Auswirkung auf unser Unter-

nehmen bewertet. Zudem haben wir unsere jährliche Compliance-Risiko-Bewertung durchgeführt, zu der auch eine Beurteilung unseres Nachhaltigkeitsrisikoprofils gehört.

Zur kontinuierlichen Überwachung unserer nicht-finanziellen Risiken haben wir ein Whistleblowing-System mit entsprechender Richtlinie implementiert, über das interne und externe Meldungen an uns gerichtet werden können. Im Jahr 2021 haben wir keinerlei Meldungen über unser Whistleblowing-System erhalten. Im Berichtszeitraum wurden keine nicht-finanziellen Risiken erkannt, die sich aus den in § 289c Abs. 2 HGB beschriebenen Aspekten ergeben.

Beteiligung des Vorstands

Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Er gibt die Leitlinien für die entsprechenden Nachhaltigkeitskonzepte vor und koordiniert diese mit der jeweiligen Abteilungsleitung auf Senior Vice President (SVP)- und Vice President (VP)-Ebene sowie mit unserem eigens eingerichteten ESG-Team.

Um die Verantwortung für unsere kontinuierlichen Nachhaltigkeitsanstrengungen auf höchster Managementebene zu verankern, haben wir Markus Boser, unseren Chief Financial Officer (CFO), offiziell zu unserem Vorstandsbeauftragten für Nachhaltigkeit, zum ESG-Botschafter und Vorsitzenden unseres ESG-Lenkungsausschusses ernannt.

ESG-Botschafter

In Ergänzung unserer im Abschnitt Governance dieses Berichts beschriebenen übergeordneten ESG-Governance-Struktur haben wir drei Personen als ESG-Botschafter ernannt, die als Team die Hauptverantwortung für die Entwicklung und Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie auf allen Managementebenen innerhalb der Gruppe tragen.



Markus Boser
Chief Financial Officer

Auf Vorstandsebene zuständig für unsere ESG-Strategie und Vorsitzender unseres ESG-Lenkungsausschusses.



Anne-Kristin Müller
VP Operations & People

Zuständig für ESG auf VP-Ebene. Sie kümmert sich hauptsächlich um den Aspekt „Menschen und Gesellschaft“ unserer ESG-Strategie.



Matthew Perry
Head of Compliance

Ist bei der AUTO1 der primäre Ansprechpartner für ESG und zuständig für die Entwicklung und Umsetzung unserer ESG-Strategie.

		Wesentlich nach HGB	Wesentlich für AUTO1
	02 BRIEF UNSERES CEO		●
	03 EINLEITUNG DES ESG-BERICHTS	●	●
01	10 DIE UMWELT		
	11 Unser Geschäftsmodell	●	●
	13 CO2-Audit	●	●
	15 Initiativen zur Entlastung	●	●
	15 Taxonomie-KPIs	●	●
02	18 UNSERE MITARBEITER		
	19 Einführung	●	●
	20 Abbildung Vielfalt	●	●
	21 SASB Arbeitnehmer KPIs	●	●
	22 Interview Anne Müller (VP People & Operations)		●
	24 Personalinitiativen	●	●
	26 Pulse Check eNPS-Umfragen	●	●
	27 Einfluss als Arbeitgeber	●	●
	28 Sicherheit und Gesundheit	●	●
03	29 UNSERE GEMEINSCHAFT		
	30 Auswirkungen auf die Mobilität	●	●
	31 Transparenz und Verbraucherschutz	●	●
	32 Wirtschaftliches Wachstum	●	●
	33 Soziale Initiativen		●
04	34 UNSERE GOVERNANCE		
	35 Einführung	●	●
	36 Diagramm „ESG-Governance“	●	●
	37 Compliance	●	●
	41 AUSBLICK	●	●
	43 SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD DISCLOSURE		●



- SEITE 11 **Unser Geschäftsmodell**
- SEITE 13 **CO2-Audit**
- SEITE 15 **Initiativen zur Entlastung**
- SEITE 15 **Taxonomie-KPIs zu Umsatz, OpEx und CapEx**

Unser Geschäftsmodell

Als E-Commerce-Unternehmen mit einem europaweiten Distributionsnetz hat unsere Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf die Umwelt. Dies gilt gleichermaßen für unser Hauptprodukt, Gebrauchtfahrzeuge. Wir sind aber davon überzeugt, dass unser einzigartiges Geschäftsmodell unser Unternehmen in die Kreislaufwirtschaft einordnet und eine wichtige Rolle dabei spielt, den ökologischen Fußabdruck der automobilen Mobilität in Europa zu verringern, während gleichzeitig die traditionell mit dieser Branche verbundenen Nachhaltigkeitsrisiken gemindert werden.

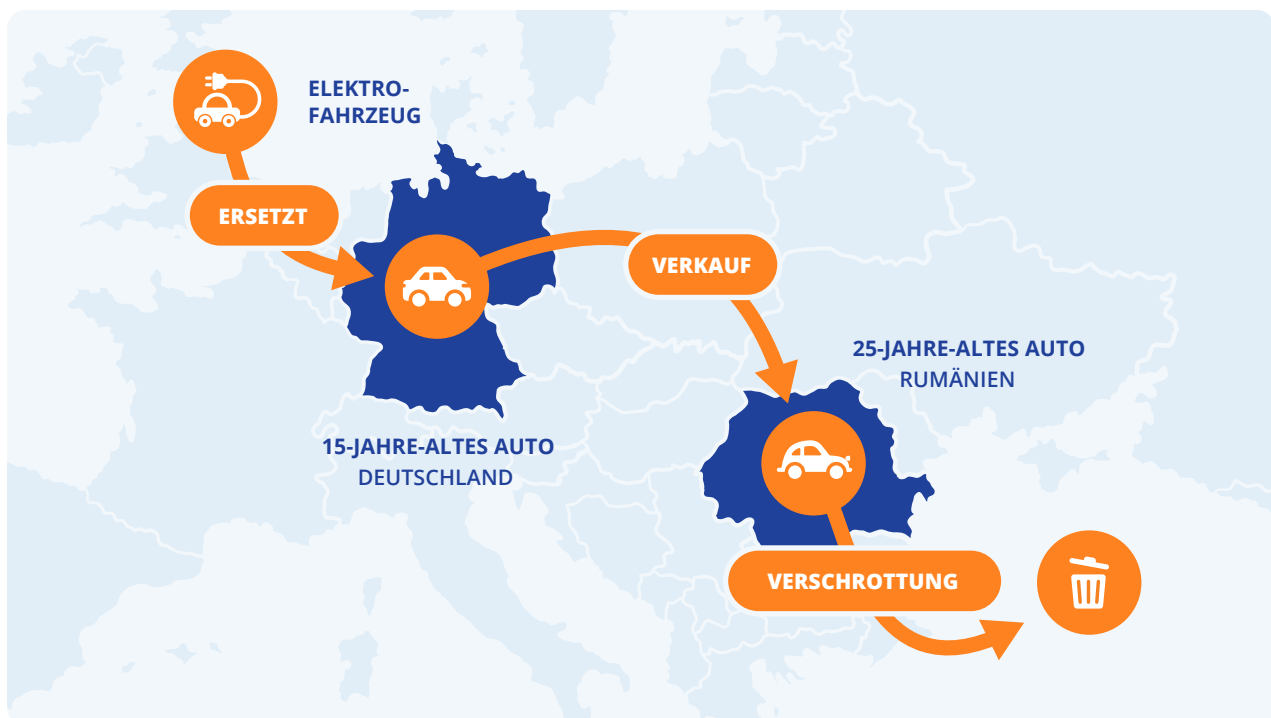
Das europaweite Vertriebs- und Distributionsnetz von AUTO1 sowie unsere einzigartige Datenbank im Bereich der Gebrauchtfahrzeuge ermöglichen es, dass Autos in Regionen verkauft werden, in denen sie gebraucht werden, anstatt sie zu verschrotten. Als Großanbieter sind wir in der Lage, die Auswahl, den Preis und die Effizienz zu bieten, die für einen gesellschaftsübergreifenden Übergang zu umweltfreundlicheren Fahrzeugen erforderlich sind. So könnte ein 15 Jahre alter VW Golf, der in Deutschland verschrottet werden würde, in Rumänien verkauft werden, wo er einen 25 Jahre alten VW Golf ersetzt, der dann wiederum verschrottet wird. In Deutschland wird das Fahrzeug durch ein Elektroauto ersetzt. In diesem Beispiel bedeutet unser Modell der Kreislaufwirtschaft,

dass ein alter Benziner bzw. ein altes Dieselfahrzeug durch ein Elektroauto ersetzt und in Rumänien ein noch älterer Benziner bzw. ein noch älteres Dieselfahrzeug durch ein umweltfreundlicheres Fahrzeug ersetzt wird.

Mit unserem Geschäftsmodell unterstützen wir die Kreislaufwirtschaft. Das Durchschnittsalter der zugelassenen Fahrzeuge in den meisten europäischen Ländern lag im Jahr 2020 bei beinahe 12 Jahren und damit über dem Durchschnittsalter der von uns gehandelten Fahrzeuge.¹ Das Alter eines Autos korreliert mit seinen Auswirkungen auf die Umwelt. Je älter ein Auto ist, desto höher sind im Regelfall die umweltschädlichen Emissionen im Vergleich zu einem jüngeren und damit effizienteren Fahrzeug. Das bedeutet, die von AUTO1 gehandelten Autos sind im Durchschnitt jünger und umweltfreundlicher als das durchschnittliche EU-Fahrzeug und ersetzen weniger umweltfreundliche Autos. Dies werden wir im Zuge des weiteren Ausbaus unseres Retail-Geschäfts über unsere Marke Autohero kontinuierlich verstärken.

Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass der Anteil der Elektrofahrzeuge am europäischen Fuhrpark weiter steigt. AUTO1 wird eine wichtige Rolle spielen, um diesen Übergang zu gewährleisten. Durch eine transparente und datengestützte Preisgestaltung für Elektrofahrzeuge sowie eine größere Auswahl wird AUTO1 sicherstellen, dass Fahrzeugbesitzer

¹ <https://www.acea.auto/figure/average-age-of-eu-vehicle-fleet-by-country/>



von Elektrofahrzeugen einen fairen Preis erhalten, dass die Lebensdauer von gebrauchten Elektrofahrzeugen verlängert wird und dass sie überall in Europa den passenden neuen Käufer finden. Wir sind davon überzeugt, dass die Schaffung eines liquiden und transparenten Marktes für Elektrofahrzeuge eines der wichtigsten Elemente in der grünen Energiewende ist, in der wir uns gerade befinden. Mit über 12.900 verkauften Elektro- und Hybridfahrzeugen im Jahr 2021 gehören wir zu den größten Händlern von Elektro- und Hybridfahrzeugen in der EU und leisten damit bereits einen Beitrag zu dieser Wende.

Wir wollen diesen Prozess aktiv beschleunigen und glauben, dass die Prüfung der Ladekapazität von Elektrofahrzeugbatterien ein wichtiger Aspekt ist, um den Nachhaltigkeitswert von gebrauchten Elektrofahrzeugen sicherzustellen. Daher haben wir ein Forschungsprojekt aufgesetzt, dessen Ziel es ist, den Prüfungsprozess der Lebensdauer von Elektrofahrzeugbatterien zu beschleunigen. Dazu haben wir ein spezielles Team eingesetzt, das einerseits an der Erhebung von Elektrofahrzeug-Batterie-spezifischen Daten arbeitet und andererseits auch mit Partnern die Einführung eines Batteriepasses und die Entwicklung einer effizienten Technologie zur Batteriebeurteilung vorantreibt.

Um dieses Engagement zu unterstreichen, haben wir uns mit anderen großen Remarketinghändlern in der Car Remarketing Association (CARA) zusammengetan, um den Prüfungsprozess von Batterien transparenter zu gestalten. Wir glauben, dass diese technologischen Fortschritte das Potenzial haben, den Handel mit gebrauchten Elektrofahrzeugen auf globaler Ebene zu verbessern, indem sie eines der Haupthindernisse dafür beseitigen, nämlich die Auslesung der Batterie. Derzeit ist dies noch ein ungenauer, zeitaufwändiger und kostspieliger Prozess, der den Kauf und Verkauf von gebrauchten Elektrofahrzeugen im Vergleich zu Verbrennern riskant und daher weniger attraktiv macht.

Indem AUTO1 Gebrauchtwagen von Unternehmen und Verbraucher kauft und weiterverkauft, verlängern wir den Lebenszyklus von Gebrauchtwagen und sorgen so dafür, dass der Bedarf an und die Produktion von Neuwagen sowie die damit verbundenen ökologischen und sozialen Auswirkungen verringert werden.

Durchschnittlich werden bei der Produktion eines Mittelklassefahrzeugs mit Verbrennungsmotor 5,6 t CO₂ ausgestoßen, in einigen Quellen wird sogar von wesentlich höheren Werten ausgegangen.² Mit anderen Worten: Die Herstellung eines solchen Fahrzeugs ist eine erhebliche Belastung für die Umwelt, schon bevor es bei der Nutzung weitere umweltschädliche Emissionen verursacht. Die durch Nutzung dieses Fahrzeugs entstehenden Emissionen übersteigen die bei der Produktion entstandenen Emissionen erst dann, wenn das

Fahrzeug eine hohe Kilometerleistung erreicht hat, abhängig vom Produktionsverfahren und der Kraftstoffeffizienz des Fahrzeugs. Das zeigt, dass die Aufbereitung und der Weiterverkauf eines Fahrzeugs umweltfreundlicher sein können als die Herstellung. Das gilt insbesondere beim Verkauf durch unsere Marke Autohero, über die wir aufbereitete Fahrzeuge mit geringem Kilometerstand und Alter vermarkten.

Auch wenn es widersprüchliche Daten zu Fahrzeugen mit einer höheren Kilometerleistung gibt, glauben wir, dass die alleinige Konzentration auf die CO₂-Emissionen eine zu starke Vereinfachung ist. Man darf die Herstellung von Autos nicht ausschließlich aus der Perspektive der in der Produktion entstehenden Emissionen betrachten. Vielmehr ist die Autoproduktion ein komplexer Prozess, in dessen Rahmen Rohstoffe gewonnen, Teile hergestellt und transportiert sowie montiert werden müssen – all dies mit erheblichen Auswirkungen auf die Umwelt und die natürlichen Ressourcen der Erde. Darüber hinaus birgt der Prozess eine Reihe von sozialen Risiken, die gewöhnlich mit komplexen Produktionsketten einhergehen, beispielsweise solche, wie sie im Bergbau, in der Produktion selbst, bei internationalen Transporten und bei der Montage entstehen.

Im Gegensatz dazu vermeidet unser Geschäftsmodell diese breiteren ökologischen und sozialen Risiken, indem wir nicht produzieren und den Bedarf an und die Produktion von Neuwagen reduzieren. Durch die Verlängerung ihres Lebenszyklus beschränken wir ihre Auswirkungen auf die Umwelt auf diejenigen, die durch ihren Betrieb verursacht werden, und welche eng mit dem Stand der Technik verknüpft sind. Mit anderen Worten: Je mehr umweltfreundliche Fahrzeuge produziert werden, desto mehr wird die Aufbereitung und der Wiederverkauf von Fahrzeugen die umweltfreundlichere Option gegenüber der Produktion sein.

Wir vermeiden nicht nur die Auswirkungen der Produktion, sondern prüfen und, falls erforderlich, reparieren und bereiten alle Autohero Fahrzeuge auf, die wir kaufen, ehe wir sie an die Verbraucher weitergeben. So stellen wir sicher, dass sie den EU-Normen für Sicherheit, Emissions- und Lärmschutz sowie anderen geltenden Vorschriften entsprechen. Entsprechende technische Inspektionen, die die Funktionstüchtigkeit des Motors und den korrekten Reifendruck sicherstellen sowie weitere Maßnahmen in unseren Aufbereitungszentren sorgen dafür, dass die bereits im Verkehr befindlichen Fahrzeuge ihre Effizienz- und Emissionsstandards einhalten und begrenzen das Risiko einer erhöhten Umweltbelastung aufgrund von Wartungsmängeln und Alter.

² OC&C (2020), The European Used Car Market - Evolving Trends

CO2-Audit

Um unsere CO2-Emissionen besser zu verstehen, haben wir als ersten Schritt unser konzernweites CO2-Audit durchgeführt, um unsere aktuellen Treibhausgasemissionen zu messen und einen Überblick über unsere wichtigsten Emissionsquellen zu erhalten. Im Anschluss daran haben wir unsere CO2-Kompensationsstrategie definiert.

Als Ergebnis wurden die wichtigsten Quellen der Treibhausgasemissionen identifiziert, die unserer Geschäftsaktivität zugeordnet werden können. In unserer Analyse berücksichtigten wir interne und externe Treibhausgasemissionen und stellten die Ergebnisse, die als Basis für unsere im Folgenden beschriebene CO2-Kompensationsstrategie dienen soll, dem ESG-Lenkungsausschuss sowie dem Aufsichtsrat vor.

Beurteilungskriterien

Für unser CO2-Audit haben wir mehrere Methoden zur Berichterstattung unserer Treibhausgasemissionen angewandt, in erster Linie das allgemein übliche GHG Protocol (Treibhausgasprotokoll), den transnationalen Standard für

die Bilanzierung von Treibhausgasemissionen und die entsprechende Berichterstattung, der die Emissionen nach Scopes differenziert. Zwar stützen wir unsere CO2-Analyse auf den GHG Protocol Standard, aber unser Geschäftsmodell des zunehmenden Insourcings der Aufbereitung impliziert eher eine Verschlechterung der CO2-Emissionen in unserem eigenen Geschäft und nicht die potenzielle Verbesserung der Emissionen durch unseren effizienteren und gezielteren Prozess der Gebrauchtwagenaufbereitung. Darum haben wir uns dazu entschieden, alle wichtigen Quellen in unserer Wertschöpfungskette zu ermitteln, durch die Treibhausgase emittiert werden, und zwar unabhängig der Scopes. Durch die direkte Berichterstattung jeder dieser Quellen konnten wir ein transparenteres Bild unserer Emissionen darstellen. Daher verfolgen wir unsere Treibhausgasemissionen sowohl auf der Basis der einzelnen Scopes als auch auf der Basis der einzelnen Quellen, was unserem Geschäftsmodell und unseren Prozessen besser gerecht wird.

Bei der Berichterstattung nach Quelle unterscheiden wir nicht zwischen intern und extern verursachten Emissionen, da wir der Überzeugung sind, dass wir für alle von uns als Unternehmen verursachten Emissionen verantwortlich sind, auch für jene, die uns nicht direkt zugeordnet werden können. Deshalb muss es unser Ziel sein alle Emissionen zu senken, und zwar unabhängig davon, ob diese Emissionen von uns selbst oder von unseren Partnern im Rahmen ihrer Zusammenar-

Treibhausgasemissionen pro Scope (mtCO2e)

	GJ19	GJ20	GJ21
Scope 1	1.327	1.230	2.519
Scope 2	1.173	2.113	2.611
Scope 3	158.095	175.591	264.567
Gesamt	160.595	178.934	269.697

Alle angegebenen Werte entsprechen den besten verfügbaren Daten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung.

Treibhausgasemissionen pro Quelle (mtCO2e)

	GJ19	GJ20	GJ21
Immobilien	1.173	2.113	2.611
IT	22	16	7
Geschäftsreisen	1.267	1.249	2.198
Einkaufsorganisation (WKDA)	319	170	136
Aufbereitung	173	545	2.087
Logistik	157.641	174.841	262.658
Gesamt	160.595	178.934	269.697

Alle angegebenen Werte entsprechen den besten verfügbaren Daten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung.

beit mit uns verursacht werden. Die berichteten Treibhausgasemissionen decken die gesamte Wertschöpfungskette des Gebrauchtfahrzeughandels ab. Als die führende europäische Plattform für Gebrauchtwagen handeln wir mit Autos, stellen aber selbst keine Fahrzeuge her. Daher umfassen unsere Emissionen keine Produktlebenszyklus-Emissionen, da die Automobilhersteller diese bereits berücksichtigen und zunehmend ausgleichen.

Nachdem wir alle wesentlichen für unsere Emissionen relevanten Quellen identifiziert hatten, erfassten wir für alle Marken und alle Länder, in denen wir tätig sind, die entsprechenden Daten für die Jahre 2019, 2020 und 2021. Nach der Erhebungsphase berechneten wir die CO₂e-Menge für jede identifizierte Quelle unter Verwendung etablierter Emissionsfaktoren.

Immobilien

Wir ergreifen Maßnahmen, um die Emissionen unserer Immobilien zu senken. So beziehen wir bereits über 85 % unseres Stroms aus regenerativen Quellen. Ziel ist es, 100 % aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen. Gleichzeitig laufen einige Projekte zur Senkung unseres Energieverbrauchs; so stellen wir beispielsweise auf LED-Beleuchtungslösungen um. Zurzeit führen wir ein konzernweites Energie-Audit auf Basis des EDL-G (Gesetz über Energiedienstleistungen und andere Energieeffizienzmaßnahmen) durch. Daraus erwarten wir uns wertvolles Feedback zu Maßnahmen zur Energieeinsparung und Ausgabenminderung.

IT

Unsere interne Server-Infrastruktur wird zu 100 % mit regenerativen Energien betrieben. Wir verursachen Treibhausgase durch unsere externen Server, die von Amazon Web Services (AWS) betrieben werden. Dennoch erwarten wir, dass diese Emissionen weiter sinken und Null erreichen werden, da AWS sich dem unternehmensweiten Ziel von Amazon nähert, bis 2025 ausschließlich erneuerbare Energien zu nutzen.

Geschäftsreisen

Durch unsere Reisekostenrichtlinie haben wir die geschäftlich begründete Reisetätigkeit geregelt und sogar auf ein absolutes Minimum zurückgeführt. Außerdem ermutigen wir alle unsere Mitarbeiter dazu, sich virtuell zu treffen und nicht notwendige Reisen nach Möglichkeit zu vermeiden. Für nicht vermeidbare Fahrten nutzen unsere Mitarbeiter, wenn dies möglich ist, umweltfreundliche Verkehrsmittel wie Züge oder andere öffentliche Verkehrsmittel.

Einkaufsorganisation (WKDA)

Um alle uns angebotenen Fahrzeuge angemessen überprüfen zu können, wird eine kurze Probefahrt in der Nähe unserer Ankaufsstandorte durchgeführt. Diese Probefahrten verursachen Treibhausgasemissionen. Wir haben jedoch unsere Probefahrtstrecken auf ein Minimum verkürzt und erwarten, dass diese Emissionen langfristig sinken werden, wenn der Anteil der Elektro- und Hybridfahrzeuge zunimmt.

Aufbereitung

Die Aufbereitung aller über Autohero verkauften Fahrzeuge unterliegt unserem Aufbereitungsprozess. Unser Autohero-Geschäft wächst. Daher erwarten wir, dass wir in den nächsten Jahren erheblich mehr Fahrzeuge verkaufen und aufbereiten werden. Um diesen Prozess zu optimieren und seine Nachhaltigkeit zu maximieren, haben wir entschieden, unseren Aufbereitungsprozess in das Unternehmen einzugliedern. Das wird es ermöglichen, unsere Emissionen eng zu überwachen, die Emissionen pro aufbereitetem Fahrzeug zu senken und strenge Richtlinien für das Abfall- und Chemikalienmanagement einzuführen.

Logistik

Die Logistik trägt bei weitem am meisten zu unseren gesamten Treibhausgasemissionen bei. Im Jahr 2021 lag der Anteil bei 97 % des Gesamtvolumens. 2021 wurden über 99 % unserer Logistikemissionen durch externe Partner verursacht, die wir für den Transport unserer Fahrzeuge eingesetzt haben. Weniger als 1 % waren unseren eigenen Auslieferungsfahrzeugen im Glastruck zuzuschreiben. Um diese Umweltbelastung zu reduzieren, optimieren wir in Zusammenarbeit mit unseren externen Partnern kontinuierlich unsere Lieferrouten, erhöhen unsere Effizienz und verbessern unsere CO₂-Bilanz. Allerdings gibt es, Stand heute, keine kommerziell verfügbaren Elektro- oder Wasserstofftrucks für den Langstrecken-Einsatz, die mehrere Fahrzeuge auf einmal transportieren können. Daher sind unsere Möglichkeiten zur CO₂-Reduzierung in Bezug auf unser Vertriebsnetz derzeit begrenzt. Wir planen jedoch, unseren Fuhrpark auf emissionsfreie Lkw umzustellen, sobald dies möglich ist, und erwarten dies auch von unseren Logistikpartnern.

Gesamtbeurteilung

Infolge des starken Wachstums unseres Unternehmens erwarten wir in den nächsten Jahren auch einen Anstieg unserer Treibhausgasemissionen, vor allem durch den Transport der Fahrzeuge sowie durch unsere Aufbereitungsstandorte. Die Verpflichtung zur Klimaneutralität nehmen wir dennoch sehr ernst und ergreifen die folgenden Maßnahmen.

Initiativen zur Entlastung

Logistik

Die Senkung unserer CO₂-Bilanz hat für uns als Unternehmen zentrale Bedeutung. Unsere derzeitigen Bemühungen reichen dazu nicht aus, da wir technologische Entwicklungen benötigen, die noch nicht verfügbar oder nur schwer absehbar sind, um unsere Emissionen wirksam zu reduzieren. Grundsätzlich baut unser Logistiknetzwerk für den Transport unserer Fahrzeuge zu unseren Kunden auf den Einsatz von Lkw. Wie bereits erwähnt, gibt es zurzeit keine Hybrid- oder Elektrofahrzeuge mit den Transportkapazitäten, wie wir sie benötigen.

Kompensation unseres CO₂-Fußabdrucks

Um auf unserem Weg zur CO₂-Neutralität schneller voranzukommen und gleichzeitig unser Engagement für die SDGs der Vereinten Nationen zum Klimaschutz (Ziel 13) und zu menschenwürdiger Arbeit und Wirtschaftswachstum (Ziel 8) zu unterstreichen, setzen wir unser eigenes AUTO1-Projekt zur Wiederaufforstung und lokalen Entwicklung auf: Projekt Greencar. Projekt Greencar ist unser eigenes Wiederaufforstungsprojekt zur Kompensation unserer CO₂-Emissionen. Gleichzeitig beziehen wir die Menschen vor Ort in dieses Projekt ein und fördern so Beschäftigungsmöglichkeiten und wirtschaftliche Entwicklung.

Projekte zur Kompensation von Kohlenstoffemissionen durch Baumpflanzungen entziehen der Atmosphäre chemische Verbindungen wie Kohlenstoffdioxid, Stickoxide, Schwefeldioxid und Ammoniak, die bei der Verbrennung fossiler Brennstoffe entstehen, z. B. beim Betrieb unserer Liefertrucks. Projekt Greencar ist ein so genanntes Ex-ante-Projekt, d. h. wir investieren in ein individuelles Projekt, das von uns entwickelt und von Grund auf realisiert wird, so dass die Emissionen nach ihrem Entstehen kompensiert werden.

Um ein transparentes, zuverlässiges und seriöses Projekt zu gewährleisten, das die Grundsätze der Bekämpfung von Bestechung und Korruption berücksichtigt und sicherstellt, dass die höchsten internationalen Standards für den CO₂-Ausgleich eingehalten werden, haben wir uns dazu entschieden, unser Projekt auf der Grundlage des zertifizierten VCS- bzw. Gold-Standards zu entwickeln. Diese Standards gewährleisten, dass die SDGs der UNO gleichzeitig mit der CO₂-Kompensation entwickelt werden. Wir sind davon überzeugt,

dass diese Wahl unser Engagement zum Ausgleich unserer Emissionen und zur langfristigen Zusammenarbeit mit den Gemeinden vor Ort sowie für einen hohen Qualitätsstandard innerhalb des Projekts unterstreicht.

Taxonomie-KPIs zu Umsatz, OpEx und CapEx

Am 12. Juli 2020 trat die Taxonomie-Verordnung der EU in Kraft. Diese Verordnung ist das wichtigste Instrument der EU, um zu gewährleisten, dass der europäische Green Deal und die Klimaziele erreicht werden. Um Investitionen direkt in nachhaltige Projekte und Aktivitäten zu lenken, klassifiziert die Taxonomie systematisch alle ökologisch nachhaltigen wirtschaftlichen Aktivitäten. Ziel ist es, Unternehmen, Investoren und politischen Entscheidungsträgern Definitionen dafür an die Hand zu geben, welche Wirtschaftsaktivitäten als ökologisch nachhaltig angesehen werden können. Um für Transparenz ihrer Umweltbemühungen zu sorgen und Greenwashing zu bekämpfen, müssen die Unternehmen die entsprechenden KPIs offenlegen.

Als erste Maßnahme verlangt die Taxonomie von allen börsennotierten Unternehmen die Meldung von 3 KPIs gemäß dem aktuellen Katalog der technischen Prüfkriterien und damit der wirtschaftlichen Aktivitäten. In der Praxis bedeutet das, dass die Unternehmen verpflichtet sind, den prozentualen Anteil von Umsatz, OpEx und CapEx offenzulegen, der unter die Kategorisierung und die Ziele der Taxonomie fallen.

Die Taxonomieverordnung definiert sechs Umweltziele

1. Bekämpfung des Klimawandels
2. Anpassung an den Klimawandel
3. Nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen
4. Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
5. Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
6. Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme

Um eine Liste umweltverträglicher Tätigkeiten zu erstellen, hat die Europäische Kommission in sogenannten delegierten Rechtsakten technische Prüfkriterien für jedes dieser Umweltziele festgelegt. Bislang hat die Kommission einen ersten Rechtsakt über nachhaltige Aktivitäten für ihre Klimaschutz- und Anpassungsziele veröffentlicht. Das bedeutet, dass derzeit nur solche wirtschaftlichen Aktivitäten, die von der Kommission als direkter Beitrag zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel angesehen werden, in der aktuellen Anwendung der Taxonomie berücksichtigt werden. Solange die Kommission ihren zweiten Rechtsakt nicht veröffentlicht hat, gibt es für die verbleibenden Ziele, also die nachhaltige Nutzung und den Schutz der Wasser- und Meeresressourcen, den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, die Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung sowie den Schutz und die Wiederherstellung der biologischen Vielfalt und der Ökosysteme, keine Leitlinien und keine Anwendung.

Bisher sind nur die ersten beiden Ziele, die sich auf das Klima konzentrieren, in den detaillierten delegierten Rechtsakten über förderfähige Geschäftstätigkeiten definiert. Aufgrund unseres Geschäftsmodells erwarten wir eine breitere / umfassendere Übereinstimmung mit den folgenden Umweltzielen, insbesondere mit Ziel 4 - Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft.

Wir sind absolut überzeugt von unserem Geschäftsmodell für die Kreislaufwirtschaft und dem Potenzial, dass es in Bezug auf Nachhaltigkeit birgt. Unter den derzeit begrenzten Berichtsmöglichkeiten, die uns die EU-Taxonomie bietet, können wir dieses Potenzial nicht genauer darstellen. Wir sind aber überzeugt davon, dass wir dies viel repräsentativer tun können, sobald die Taxonomie in ihrer Gesamtheit gilt. Wir sind der Meinung, dass der begrenzte Katalog von Wirtschaftstätigkeiten, die sich auf weniger als die Hälfte der Umweltziele der Kommission konzentrieren, kein genaues Bild von der Nachhaltigkeit unserer Geschäftstätigkeit vermitteln kann.

Eine Wirtschaftsaktivität ist taxonomiefähig, wenn sie in den delegierten Rechtsakten zu den sechs Umweltzielen beschrieben ist. Die Geschäftsaktivitäten der AUTO1 Group lassen sich derzeit vier Wirtschaftstätigkeiten zuordnen, die im Delegierten Rechtsakt zu den ersten beiden Umweltzielen beschrieben sind:

- 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien einschließlich Reparatur und Wartung von Fahrzeugen für den Personentransport,

- 6.3 Stadt- und Vorortverkehr, Personenbeförderung auf der Straße, einschließlich Kauf, Leasing und Betrieb von Fahrzeugen des Stadtverkehrs,
- 6.6. Güterbeförderungsleistungen auf der Straße, einschließlich Kauf, Leasing und Betrieb von Fahrzeugen für Güterbeförderungsleistungen, und
- 7.7. Erwerb und Eigentum von Gebäuden.

AUTO1 ist in zwei Segmente strukturiert: Merchant und Retail. Im Merchant-Segment werden Gebrauchtwagen an gewerbliche Autohändler über AUTO1.com verkauft. Das Retail-Segment konzentriert sich unter der Marke Autohero auf den Verkauf von Gebrauchtwagen an Privatkunden. Nach den Beschreibungen der für Umweltziel 1- Bekämpfung des Klimawandels - aufgeführten Aktivitäten fällt das Retail-Segment (Autohero) von AUTO1 unter die EU-Taxonomie.

Der Anteil der taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten an Gesamtumsatz, CapEx und OpEx für das Jahr 2021 beläuft sich auf:

14%
Umsatz

84%
CapEx

57%
OpEx

Der Anteil an Gesamtumsatz, CapEx und OpEx, der auf förderfähige Aktivitäten entfällt, wird als Gesamtwert für die AUTO1 Group dargestellt. Nur taxonomiefähige Umsätze, CapEx und OpEx, wie sie für das Umweltziel 1 „Klimaschutz“ aufgeführt sind, werden offengelegt.

Weitere Informationen zum Umsatz finden Sie im Abschnitt 5.1 des Geschäftsberichts 2021 der Gruppe. Der Umsatz umfasst die gemäß IAS 1.82(a) für das Retail-Segment erfassten Umsatzerlöse sowie die Umsatzerlöse für Transportdienstleistungen. Die Umsätze im Zusammenhang mit dem Retail-Segment fallen unter die Tätigkeit 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien, da die Fahrzeuge von AUTO1 aufbereitet werden, bevor sie an die Retail-Kunden verkauft wurden. Die Umsätze aus dem Verkauf von Fahrzeugen innerhalb des Segments Merchant werden als nicht Taxonomie geeignet betrachtet, da diese Fahrzeuge nicht von AUTO1 aufbereitet werden. Die Einnahmen aus dem externen Transport von Fahrzeugen zu den Kunden beziehen sich auf die Tätigkeit 6.6 Güterbeförderungsleistungen auf der Straße. Da im Jahr 2021 die Einnahmen aus dem Merchant-Segment dominieren, beträgt der Umsatz KPI 14 %. Es wird davon ausgegangen, dass der Anteil des Retail-Segments an den gesamten Umsatzerlösen in künftigen Perioden steigen wird.

Bezüglich der Angaben zu den Investitionsausgaben (CapEx) verweisen wir auf die Anmerkungen 6.1 und 6.2 des Konzernabschlusses. Der CapEx wird gemäß IAS 16.73(e) (i), IAS 38.118(e) (i) und IFRS 16.53(h) berechnet. Die für Taxonomie-zwecke verwendete Kennzahl (KPI) umfasst die Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten, zu den Sachanlagen und zu den Nutzungsrechten an Vermögenswerten. Aufgrund der CapEx-Definition der EU-Taxonomie werden wesentliche Teile unserer Investitionen als taxonomiefähig eingestuft. Der hohe Anteil des KPI CapEx bezieht sich im Wesentlichen auf die Zugänge von Nutzungsrechten aus dem Leasing von Gebäuden und Investitionen in die Autohero-Glastrucks. Die

Taxonomie-Aktivitäten 6.3 Stadt- und Vorortverkehr, Personenbeförderung auf der Straße, 6.6 Güterbeförderungsleistungen auf der Straße und 7.7 Erwerb und Eigentum von Gebäuden werden von AUTO1 für die Zwecke des KPI CapEx als relevant angesehen.

OpEx umfasst die Kosten für die Aufarbeitung der verkauften Fahrzeuge im Retail-Segment, nicht aktivierte Entwicklungs- und IT-Kosten, Instandhaltungskosten für Gebäude sowie Aufwendungen für kurzfristige Leasingverträge. Die Kosten für die Aufbereitung der verkauften Autohero-Fahrzeuge gelten als taxonomiefähig, da sie sich auf die Tätigkeit 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien beziehen. Die OpEx-KPI-Zahl - gemäß der Definition in der Taxonomieverordnung - wird von AUTO1 nicht für die Finanzberichterstattung verwendet. Der Prozentsatz des taxonomiefähigen OpEx mit über 50 % erscheint recht hoch, wobei hierbei zu berücksichtigen ist, dass dieser KPI aufgrund des relativ kleinen Nenners, der sich durch die spezifische Definition von OpEx in der Taxonomierichtlinie ergibt, nur bedingt aussagekräftig ist.

02

UNSERE MITARBEITER



- SEITE 19 **Einführung**
- SEITE 20 **Abbildung Vielfalt**
- SEITE 21 **SASB Arbeitnehmer KPIs**
- SEITE 22 **Interview Anne Müller (VP People & Operations)**
- SEITE 24 **Personalinitiativen**
- SEITE 26 **Pulse Check eNPS-Umfragen**
- SEITE 27 **Einfluss als Arbeitgeber**
- SEITE 28 **Sicherheit und Gesundheit**

Einführung

Neben unseren Auswirkungen auf die Umwelt sind auch unsere Mitarbeiter ein entscheidender Faktor in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir nehmen das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter sehr ernst und bemühen uns stets, für unsere mehr als 6.000 Mitarbeiter eine optimale Arbeitsumgebung zu schaffen. Daraus folgt, dass die Vielfalt unserer Belegschaft, Inklusion am Arbeitsplatz, Weiterbildungsangebot sowie Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter für uns Themen von größter Bedeutung sind und eine entscheidende Rolle in unserer Geschäftsstrategie spielen.

Dies spiegelt sich auch in unserem Code of Conduct wider, den wir kürzlich umfassend überarbeitet haben, um die Aussagen zu Toleranz und Inklusion zu verstärken und unser Engagement für ein kollaboratives, vielfältiges und integratives Arbeitsumfeld zu untermauern. So haben wir die Verbote von Hassreden, Diskriminierung, Belästigung, Machtmissbrauch und ähnlichen Verstößen verschärft und unser Engagement für mehr Kommunikation und die Ermutigung unserer Mitarbeiter, Compliance-Verstöße zu melden, verstärkt. Außerdem haben wir unsere Position hinsichtlich der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten in unsere strategischen Geschäftsentscheidungen bekräftigt und hervorgehoben, dass wir sie als integralen Bestandteil für unseren anhaltenden Erfolg betrachten.

Unser Engagement für unsere Mitarbeiter wird durch die Tatsache untermauert, dass wir während der laufenden COVID-19-Pandemie keinen einzigen Beschäftigten entlassen haben. Anders als andere Akteure, die ihr Personal aufgrund der Krise abbauten, haben wir unseren Personalbestand im gleichen Zeitraum nicht nur beibehalten, sondern sogar ausgebaut. Im Jahr 2021 stieg die Zahl unserer Mitarbeiter

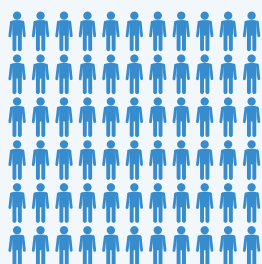
EU-weit um ca. 1.800, was unseren Einfluss als Arbeitgeber stärkt und unser Engagement für unsere Mitarbeiter und das SDG 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ unterstreicht.

Darüber hinaus haben wir eine Vielzahl von Maßnahmen zur Personalführung implementiert, um zu gewährleisten, dass wir unseren Mitarbeitern wirklich optimale Arbeitsbedingungen bieten. So haben wir beispielsweise alle Positionen nach Jobfamilien gruppiert und ähnliche Aufgaben in gemeinsamen Familien zusammengefasst, um eine Struktur zu schaffen, in der eine faire und transparente Leistungsbeurteilung und Karriereentwicklung stattfinden kann. Im Anschluss an die erste Eingliederung der Rollen in Gruppen haben wir einheitliche Stellenbeschreibungen erstellt, in denen die Schlüsselqualifikationen, das Wissensniveau und die Leistungserwartungen für jede Jobfamilie definiert werden. Auf der Grundlage dieser Struktur haben wir ein standardisiertes Verfahren für Feedback, Beförderungen und Gehaltsanpassungen eingeführt, das einen schlanken, standardisierten Leistungsbeurteilungsprozess beinhaltet, der für die gesamte Gruppe gilt.

Abbildung Vielfalt

6.000+

Mitarbeiter



21

Länder mit
Mitarbeitern



95

Verschiedene
Nationalitäten



Frauen im
Management



22,3%

Mitarbeiter



72,7%
Männer



27,3%
Frauen

Zielgrößen
bis 2026



25%

Frauen im
Vorstand



25%

Frauen in den beiden
Managementebenen
unter dem Vorstand

SASB Arbeitnehmer KPIs

Durchschnittlicher
Stundenlohn



17,36€

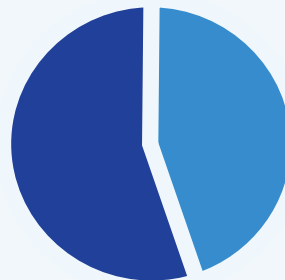
Mitarbeiter
mit Mindestlohn



0%

Freiwillige und unfreiwillige
Fluktuationsrate bei Mitarbeitern

54%



46%

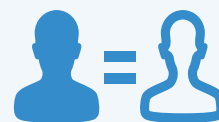
■ Freiwillig ■ Unfreiwillig

Finanzielle Verluste infolge von
Gerichtsverfahren im Zusammenhang
mit Verstößen gegen das Arbeitsrecht
in TEUR



37

Finanzielle Verluste infolge von
Gerichtsverfahren im Zusammenhang
mit Diskriminierung am Arbeitsplatz
in EUR



0



Interview Anne Müller

VP People & Operations

1. Hallo Anne, würdest Du Dich bitte denjenigen vorstellen, die Dich noch nicht kennen?

Hallo, ich bin Anne-Kristin Müller und die Vice President People & Operations bei AUTO1 Group. Ich bin im Januar 2013 zum Unternehmen gekommen und gehöre damit zu den Mitarbeiterinnen der ersten Stunde. Damals saßen alle Mitarbeiter inklusive Christian und Hakan noch in einem Büro neben der ersten Filiale von wirkaufendeinauto.de in Berlin-Pankow.

Ich wurde als erste Vertriebsmitarbeiterin eingestellt und begann, Händler zu akquirieren und unsere Autos am Telefon zu verkaufen – es gab noch keine AUTO1.com-Plattform. Von Anfang an war es eine aufregende Reise mit einer steilen Lernkurve und unzähligen Entwicklungsmöglichkeiten, und immer hatte ich extrem tolle, ambitionierte und hart arbeitende Menschen an meiner Seite.

2. Warum hast Du Dich für AUTO1 entschieden und wie hat sich Deine Karriere seither entwickelt?

Ich komme aus einer Familie begeisterter Autoprofis in Süddeutschland und wollte meinen eigenen Weg außerhalb der Autoindustrie finden, und zwar in Berlin. Aber als Christian und Hakan mich 2012 ansprachen, um mit mir über Jobangebote in

ihrem neu gegründeten, streng geheimen Startup zu sprechen, war ich sofort von zwei Dingen beeindruckt. Erstens, der Drive, die Motivation und die Überzeugung der Gründer. Sie waren absolut begeistert von der riesigen Chance, die sich bot, und ihre Energie hat mich vom ersten Tag an angesteckt. Zweitens war ich sofort davon überzeugt, dass die Digitalisierung des Gebrauchtwagenkaufs- und -verkaufs eine einfache, aber geniale Idee war, die es mir ermöglichen würde, mein Interesse am Online- und Digitalgeschäft mit meinem „geerbten“ Autowissen zu kombinieren.

Unser disruptives Geschäftsmodell und das schnelle Wachstum und die Expansion stellten uns natürlich vor viele neue Herausforderungen. Um diese zu meistern, galt meine ganze Konzentration der Identifizierung vieler Möglichkeiten und ich habe die Chance genutzt, um gemeinsam mit unserer technischen Abteilung Lösungen zu definieren und zu implementieren. Dabei haben wir uns auf datengestützte, skalierbare Tools und Prozesse fokussiert und ein Team aus äußerst talentierten und qualifizierten Mitarbeitern aufgebaut.

Von Anfang an hat sich meine Karriere kontinuierlich entwickelt: vom Account Manager B2B zum Head of Key Account Management im Jahr 2013; 2014 wurde ich Head of Operations, 2017 Senior Director Operations Europe, 2019 Vice President Operations and Inventory Management; und seit Ende 2020 bin ich Vice President Operations & People der Gruppe.

3. Was sind Deine aktuellen Schwerpunktbereiche?

Wir sind dabei, den größten und profitabelsten Autohändler in der EU zu schaffen. Damit das gelingt, konzentrieren sich die Operations-Teams auf zwei Dinge, um die Skalierbarkeit unserer Geschäftsaktivitäten zu gewährleisten: erstens auf die Weiterentwicklung unserer kundenorientierten Technologieplattform und zweitens auf unsere internen Anwendungen.

Auf der Personalseite tun wir natürlich alles dafür, die besten Talente zu finden, und zwar dann und dort, wo sie gebraucht werden. Aber das ist längst nicht alles. Unsere tägliche Personalarbeit zielt darauf ab, unsere Mitarbeiter zu binden und weiterzuentwickeln, wovon nicht nur jede einzelne Mitarbeiterin und jeder einzelne Mitarbeiter – und damit natürlich auch das Unternehmen als Ganzes – profitiert. AUTO1 Group befindet sich in einer Phase extremen und rasanten Wachstums, und motivierte, engagierte und talentierte Mitarbeiter sind die Grundlage für unseren Geschäftserfolg.

4. Welches sind die wichtigsten Initiativen, die das People-Team entwickelt, um die besten Talente für uns zu interessieren und an uns zu binden?

Zunächst einmal glauben wir, dass der beste Weg, Talente für uns zu gewinnen, darin besteht dafür zu sorgen, dass unsere Mitarbeiter hoch motiviert und engagiert sind und gute Entwicklungsmöglichkeiten bei uns haben. Deshalb haben wir in den letzten Monaten eine Reihe von Umfragen zum Mitarbeiterengagement entwickelt und eingeführt (z. B. Employee Net Promoter Score). Diese ermöglichen es uns, Entwicklungen genau zu beobachten und datengestützte Entscheidungen zu treffen, wenn es darum geht, die nächsten Schritte zu priorisieren.

So gibt es beispielsweise Initiativen, die darauf abzielen, unser Schulungs- und Lernangebot zu erweitern und zu vereinheitlichen, um die Bedürfnisse jedes Jobs innerhalb der Gruppe abzudecken. Wir haben an der Vereinheitlichung unserer Feedback-Kultur gearbeitet, um für die Mitarbeiter Klarheit und Transparenz hinsichtlich ihrer beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten zu schaffen. Dazu dokumentieren wir unsere typischen Karrierepfade, um die Mitarbeiter bei der Suche nach ihrem nächsten Karriereschritt zu unterstützen.

5. Warum arbeitest Du gerne bei AUTO1?

Was mir am meisten an meiner Arbeit bei AUTO1 gefällt, ist die hohe Dichte an unglaublich talentierten und motivierten Menschen aus aller Welt, die ein gemeinsames Ziel haben, nämlich die beste Möglichkeit zu schaffen, um Autos online zu kaufen und zu verkaufen. In diesem Team sehen wir Herausforderungen als Chance und ermutigen jede und jeden Einzelnen dazu, einen direkten Beitrag zum Erfolg unseres Unternehmens zu leisten. Das führt zu einer konstant steilen Lernkurve, selbst noch nach neuneinhalb Jahren im Unternehmen.

Personalinitiativen

Einleitung

Im Rahmen unseres People Experience Program haben wir eine Reihe von Maßnahmen eingeführt, mit denen wir Vielfalt, Inklusion und die Entwicklung unserer Belegschaft fördern wollen. Dies kann man sowohl unter dem Gesichtspunkt Schulung und Entwicklung als auch unter dem Aspekt der Einbeziehung der Mitarbeiter betrachten. Im Rahmen unseres Employee Involvement Program bieten wir unseren Mitarbeitern verschiedene Möglichkeiten, sich sowohl für das Unternehmen als auch für andere Initiativen und externe Nachhaltigkeitsinitiativen zu engagieren.

Schulung

Onboarding

Unser Schulungs- und Entwicklungsprogramm für Mitarbeiter beginnt mit dem Onboarding. In diesen Sessions, egal ob online oder offline, erhalten neue Mitarbeiter erste Informationen zum Unternehmen, wobei wir uns auf unser Geschäftsmodell, unsere Mission, unsere Werte und unsere Teams konzentrieren. Weitere Schwerpunkte des Programms sind Compliance- und Nachhaltigkeitstrainings. Zudem unterstützt unser Onboarding-Programm die Integration unserer Mitarbeiter, die sich vom ersten Tag an mit Kollegen aus allen Bereichen vernetzen können.

Diese Sessions bieten unseren Mitarbeitern eine Einführung in die Themen, die in weiteren gezielten Trainings vertieft werden, und stellen die für die jeweiligen Themen Verantwortlichen vor. Sie informieren auch über unsere Whistleblowing- und Meldekanäle, so dass uns Verstöße und Bedenken der Mitarbeiter mitgeteilt werden können.

Neben unserem allgemeinen Onboarding-Programm bietet unsere AUTO1 Academy unseren Mitarbeitern verschiedene abteilungsspezifische Onboarding-Programme. Hierdurch wollen wir beispielsweise die Qualität unserer Interaktionen mit den Kunden sicherstellen und somit das Erlebnis unserer Kunden bei ihren Interaktionen mit uns verbessern. Außerdem stellen wir die Einhaltung unserer Fahrzeugqualitätsstandards sicher, indem wir regelmäßige, detaillierte Schulungsprogramme für unsere Einkaufs-, Preisfindungs- und Retail-Teams durchführen. Diese Schulungen schaffen die Basis für eine einheitliche Definition von Qualität über die gesamte Plattform hinweg, so dass wir unseren Endkunden eine optimale Fahrzeugqualität bieten.

Compliance-Training

Nach dem Onboarding nehmen unsere Teams an jährlichen Compliance-Trainings teil, die hauptsächlich über unsere AUTO1 Academy durchgeführt werden, eine vom People-Team verwaltete Plattform, die die Durchführung webbasierter Trainings ermöglicht. Unsere webbasierten Trainingseinheiten, die wir allen unseren Mitarbeitern anbieten, umfassen unseren Verhaltenskodex, die Geldwäschebekämpfung und den Datenschutz und werden im Laufe der Weiterentwicklung des Programms Materialien zu allen unseren wichtigsten Richtlinien ergänzen.

Für bestimmte Teams gibt es Präsenzs Schulungen, z. B. für unsere Sales-, Cash Management- oder Sports Marketing-Teams, die allgemeine Compliance-Trainings, Anti-Geldwäsche-Trainings und Trainings zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption erhalten.

Weiterbildung & Entwicklung

Neben den Compliance-Trainings bieten wir unseren Mitarbeitern eine Vielzahl weiterer Schulungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Dieser Prozess beginnt bereits beim Onboarding. Alle Mitarbeiter erhalten eine umfassende Einführung in unsere Gruppe und das Geschäftsmodell. Zudem gibt es ein technisches Onboarding für Customer Service Agents, Handover Experts und Pricing Managers. Diese Programme dienen dazu, unseren Teams das Wissen rund um die speziell für diese Aufgaben erforderlichen Prozesse und Kompetenzen zu vermitteln. Ziel ist, dieses Angebot zu erweitern und für alle Jobs im Unternehmen ein technisches Onboarding anzubieten.

Nach dem Onboarding bieten wir im Rahmen von speziell für neue Prozesse oder Produkte entwickelten Programmen kontinuierliche Weiterbildungsmöglichkeiten an. Darüber hinaus haben wir im Rahmen eines Pilotprojekts ein Bildungsbudget eingeführt, das ein festes Bildungsbudget pro Mitarbeiter bereitstellt und so eine individuelle Weiterentwicklung ermöglicht.

Heute ist das Bildungsbudget noch abteilungs-, funktions- und erfahrungsabhängig. Im Jahr 2021 haben wir für unsere Mitarbeiter in verschiedenen Abteilungen insgesamt 41 Kurse angeboten. Außerdem haben wir 17 In-house-Trainer eingestellt, die verschiedenen Teams konzernweit Coachingleistungen anbieten, beispielsweise für unsere Teams im Ankauf, im Kundenservice und in der Fahrzeugaufbereitung. Daneben bieten wir eine Reihe von zusätzlichen Kursen an, wie z. B. Tandem- und ermäßigte Online-Sprachkurse, die allen Mitarbeitern unabhängig von Erfahrungsstufe, Betriebszugehörigkeit oder Position zur Verfügung stehen.

Zusätzlich zu unserem allgemeinen Onboarding- und Schulungsprogramm rollen wir zurzeit ein Programm für Führungskräfte aus, das sich speziell an das gesamte AUTO1-Führungsteam richtet. Dieses Programm wird sich mit Organisationsmanagementthemen befassen, wie z. B. unserem Onboarding-Prozess, dem Feedbackprozess, Gehaltssteigerungen und Beförderungen. Ziel dieses Programms ist es, einen konzernweit einheitlichen Prozess zum Wohle unserer Mitarbeiter zu gewährleisten.

Einbindung

a. Gruppen

Im Rahmen unserer Bemühungen zur Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion innerhalb der Gruppe bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, geförderte AUTO1-Gemeinschaften („Communities“) zu bilden. Damit wollen wir für unsere Mitarbeiter einen geschützten Raum bieten, in dem sie Ideen und Erfahrungen austauschen, sich vernetzen, innerhalb des Unternehmens ein Bewusstsein für bestimmte Themen schaffen und den Gedankenaustausch fördern können.

Zur Einrichtung dieser Gruppen werden wir einen „Pulse Check“ durchführen, um herauszufinden, welche einzelnen Mitarbeiter sich für den Aufbau dieser Gruppen interessieren. Zudem werden wir eine Kommunikationskampagne zu unserem Unternehmenswert „team up“ starten. Nach Ermittlung der Interessenten benennen die Communities ihre Leiter, die von einem hochrangigen Mitarbeiter in Form einer Patenschaft unterstützt werden, welcher sie bei der Festlegung ihrer Ziele und ihrer Struktur zur Seite steht. Die Leiter der Communities stellen dann ihre Vision vor dem ESG-Lenkungsausschuss vor, um das Budget genehmigen zu lassen.

Zur Unterstützung der Entwicklung unserer AUTO1 Communities arbeitet unser ESG-Lenkungsausschuss eng mit diesen Gruppen zusammen. Sie helfen bei der Definition der KPIs und unterstützen im Rahmen eines Erfahrungsaustauschs bei der Umsetzung der Ziele. Dieser Austausch soll ein treibender Faktor im Rahmen unserer Strategie für Vielfalt und Integration sein, um uns wertvolle Einblicke in Themen zu ermöglichen, zu denen wir bisher keinen Zugang haben.

Engagement für die Gesundheit der Mitarbeiter

Um die Gesundheit unserer Mitarbeiter zu fördern, stellen wir an unseren Standorten täglich frisches Obst und gesunde Getränke zur Verfügung und haben damit begonnen, unsere eigenen internen Gesundheitsprogramme zu entwickeln. Ein Beispiel dafür ist unser AUTO1-Lauftreff in Berlin.

b. AUTO1 Berlin Runners

Unter dem Motto „Teaming up to run and exchange experiences and perspectives“ – zusammen laufen und Erfahrungen und Perspektiven austauschen – sind wir dabei einen AUTO1-Lauftreff zu etablieren, der sich wöchentlich nach der Arbeit zum entspannten Laufen trifft. Diese Gruppe ist für Läuferinnen und Läufer aller Leistungsstufen gedacht und soll eine Vielfalt von Mitarbeitern aus allen Abteilungen/allen Führungsebenen einbeziehen, um einen aktiven Lebensstil zu fördern und gleichzeitig den sozialen und kulturellen Austausch innerhalb des Unternehmens zu ermöglichen.

Es ist geplant, dass die Gruppe halbjährlich gemeinsam an einem Laufwettbewerb vor Ort teilnimmt.

Pulse Check eNPS-Umfragen

Um die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter zu messen und das Interesse der Teams an verschiedenen Projekten zu ermitteln, führen wir auf monatlicher Basis „Pulse Check“-Umfragen durch. Mit diesen Umfragen können wir herausfinden, ob unsere People-Maßnahmen effektiv umgesetzt werden. Dabei befragen wir unsere Mitarbeiter in der Regel zu ihrer Meinung bezüglich einer Reihe von People-relevanten Themen.

Im zweiten Halbjahr 2021 haben wir eine monatliche Pulse-Check-Umfrage gestartet, die von durchschnittlich 50 % unserer Mitarbeiter beantwortet wurde – und die Ergebnisse machen uns stolz. So haben wir beim Punkt Zufriedenheit mit den Führungskräften einen Durchschnittswert von 7,9/10 und beim Punkt allgemeine Zufriedenheit mit der Arbeitssituation einen Wert von 7,0/10 erreicht.

WAS UNSERE MITARBEITER ÜBER DAS ARBEITEN BEI AUTO1 GROUP DENKEN



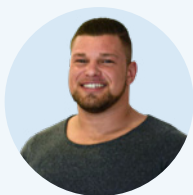
„Nicht nur das Unternehmen ist gewachsen, auch ich selbst habe mich weiterentwickelt. Ich habe als Kundenservicemitarbeiterin angefangen und bin heute Teamleiterin. Mein Team ist gewachsen, und zwar nicht nur zahlenmäßig, sondern auch was Vertrauen, Empathie und Teamwork anbelangt.“

Natalia Enriquez
Team Lead Customer Service Booking



„Bei AUTO1 hat man die Möglichkeit mit Menschen unterschiedlichster Nationalitäten zusammenzuarbeiten. Diese kulturellen Unterschiede und Arbeitsweisen machen dich empathischer und du lernst, dich an schnelle Veränderungen anzupassen.“

Baptiste Lenain
Product Manager



„Ich muss sagen, dass ich mich seit meinem ersten Tag persönlich weiterentwickelt habe. Ich habe hier als Neuling im Vertrieb angefangen und bin nach drei Jahren jetzt Teamleiter. AUTO1 bedeutet mir persönlich sehr viel, da man mir die Chance gab, meine beruflichen Stärken kennenzulernen.“

Patrik Göbel
Team Lead Account Management



„Wenn ich über AUTO1 spreche, spreche ich über Leidenschaft, Herausforderung, Entwicklung und natürlich über persönliche und berufliche Weiterentwicklung. Man kann eine solche Intensität nicht jahrelang erleben, ohne davon geprägt zu werden. Ich bin durch das Vertrauen, das ich von meiner Führungskraft erfahren habe, und durch die offene Kultur dieses Unternehmens persönlich sehr gewachsen.“

Bianca Szeibert
Head of Document Management SEE

Einfluss als Arbeitgeber



Als europaweiter Arbeitgeber mit einer vielfältigen Belegschaft von über 6.000 Mitarbeitern hat AUTO1 als Arbeitgeber Einfluss auf lokaler sowie europäischer Ebene. Als schnell wachsendes Unternehmen vergrößern wir ständig unser Job-Angebot. Dabei suchen wir Menschen mit vielfältigen Erfahrungen und Kompetenzen, weil wir die Beschäftigungsangebote sowohl lokal als auch international verbessern wollen. So sind wir im Zuge des Aufbaus unserer Aufbereitungszentren in mehreren Städten zu einem großen Arbeitgeber geworden, wie beispielsweise in Toledo, Spanien, oder Warschau, Polen – und das ist erst der Anfang. Wir planen unsere Aufbereitungskapazitäten bis Ende 2023 auf über 500 Tausend Einheiten zu erweitern und so unseren Einfluss als Arbeitgeber in ganz Europa zu vergrößern.

Wir verfolgen eine Politik, die auf Diskriminierungsverbot, Einhaltung des Arbeitsrechts sowie wettbewerbsfähigen Vergütungen und Sozialleistungen für unsere Mitarbeiter fußt. Wir wollen so unseren quantitativen Einfluss als Arbeitgeber mit den qualitativen Eigenschaften unterstreichen, die uns zu einem attraktiven Arbeitgeber machen.

Dazu haben wir einen dedizierten Kanal eingerichtet, über den unsere Mitarbeiter ihre Anliegen vorbringen können. Dabei handelt es sich um einen vertraulichen Berichtsweg, der von unseren People- und Compliance-Teams verwaltet wird. Dieser Kanal bietet unseren Mitarbeitern konzernweit die Möglichkeit, arbeitsbezogene Anliegen und Probleme vorzubringen, zu kommunizieren und zu eskalieren. Dabei geben wir die feste Zusage als Unternehmen, dass diese Anliegen ernst genommen, angemessen untersucht und gelöst werden.

Sicherheit und Gesundheit

Um das physische und mentale Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu unterstützen, halten wir die geltenden Gesetze zur Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz konsequent ein und investieren in Schutzausrüstung, um ihre Sicherheit zu gewährleisten. Zudem arbeiten wir im Bereich Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz auf nationaler Ebene mit unterschiedlichen Institutionen wie der DEKRA in Deutschland oder MPE Grupo in Spanien zusammen.

Infolge der COVID-19-Pandemie haben wir außerdem eine Reihe zusätzlicher Maßnahmen eingeführt, um die Sicherheit am Arbeitsplatz und das Wohlbefinden der Mitarbeiter zu unterstützen.

COVID-19-Maßnahmen

Trotz der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in ganz Europa waren wir dank eines speziell auf die Sicherheit und Gesundheit unserer Kunden und Mitarbeiter ausgerichteten Notfallplans in der Lage, während der Pandemie weiterhin Fahrzeuge zu kaufen und zu liefern. Auch wenn wir unsere Annahmestellen aufgrund der vom Staat verfügbaren Beschränkungen zeitweilig schließen mussten, blieben wir dennoch dank unseres ständigen, umfassenden Fahrzeugbestands von über 30.000 Fahrzeugen weiterhin lieferfähig. So konnten wir unseren Kunden in einer Zeit, in der andere Akteure nicht dazu in der Lage waren, weiterhin Mobilitätslösungen bereitstellen.

Zusätzlich haben wir eine Vielzahl von Schutzmaßnahmen implementiert, um die Sicherheit unserer Kunden und Mitarbeiter zu gewährleisten. Zu unseren umfassenden COVID-19-Schutzmaßnahmen gehörten beispielsweise Desinfektionsstationen an allen Standorten, die Bereitstellung von FFP2-Masken für unsere Mitarbeiter sowie wöchentliche Antigentests für alle Mitarbeiter.

Darüber hinaus gab es eine Vielzahl von organisatorischen Maßnahmen, um sicherzustellen, dass jederzeit maximal 50 % der verfügbaren Arbeitsplätze belegt waren. Außerdem haben wir eine konzernweite temporäre Homeoffice-Richtlinie eingeführt, auf deren Grundlage seit Beginn der Pandemie über 90 % unserer Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiten. Für alle Mitarbeiter, die aufgrund ihrer Arbeitsaufgaben nicht von zu Hause aus arbeiten konnten, haben wir eine Flex-Desk-Richtlinie eingeführt, um die Einhaltung des Abstandsgebots am Arbeitsplatz zu gewährleisten.

Darüber hinaus haben wir allen Mitarbeitern in der Berliner Zentrale die Möglichkeit angeboten, sich durch unseren Betriebsarzt gegen COVID-19 impfen zu lassen. Seitdem bieten wir unseren Mitarbeitern auch die Möglichkeit einer Auffrischungsimpfung. Zudem können sie sich jährlich gegen die Grippe impfen lassen.

Wir sind davon überzeugt, dass die Impfung ein effektives Mittel im Kampf gegen die COVID-19-Pandemie ist. Daher haben wir unsere interne Impfkampagne weiter vorangetrieben und allen Mitarbeitern der Gruppe als Anreiz, sich impfen zu lassen, einen COVID-19-Bonus geboten.



UNSERE GEMEINSCHAFT



- SEITE 30 **Auswirkungen auf die Mobilität**
- SEITE 31 **Transparenz und Verbraucherschutz**
- SEITE 32 **Wirtschaftliches Wachstum**
- SEITE 33 **Soziale Initiativen**

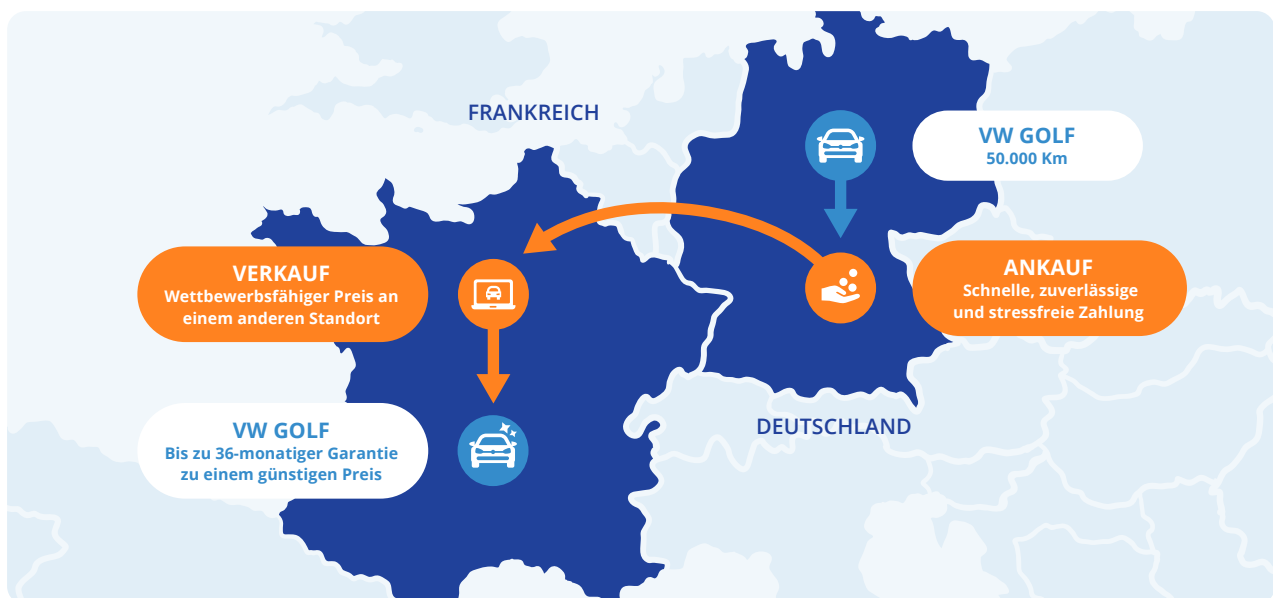
Wir sind überzeugt davon, dass sich das Geschäftsmodell von AUTO1 positiv auf die Gesellschaft auswirkt, da es für Transparenz und Verbraucherfreundlichkeit in einer Branche sorgt, die von jeher schwer durchschaubar und komplex ist. Unser Modell nutzt das Potenzial des Internets, um einen einheitlichen und transparenten Prozess rund um den Kauf und Verkauf von Gebrauchtwagen zu schaffen.

Auswirkungen auf die Mobilität

Von Natur aus unterstreicht unser Geschäftsmodell ein wichtiges gesellschaftliches Prinzip: erschwinglicher Zugang zu Mobilität. Zurzeit sind Gebrauchtwagen stärker als jemals zuvor gefragt. Dies ist sicherlich teilweise dem Mangel an Einzelteilen geschuldet, die für die Produktion neuer Fahrzeuge benötigt werden, liegt aber auch daran, dass bezahlbare Mobilität in Krisenzeiten absolute Priorität genießt. Wir kaufen und verkaufen von und an Unternehmen und Verbraucher und geben den Menschen so nicht nur Zugang zu Fahrzeugen aller Preisklassen, sondern stellen ihnen dadurch schnell Liquidität zur Verfügung. Wir sind davon überzeugt, dass unser europaweit einmaliger Zugriff auf Gebrauchtwagen den Unternehmen wirtschaftliches Wachstum und den Verbrauchern Zugang zu erschwinglicher Mobilität verschafft. Sie können aus einem großen Angebot an Fahrzeugen aller Preisklassen wählen und dabei die Garantien genießen, die normalerweise einem höheren Preissegment vorbehalten sind oder gewährt werden, wenn man direkt beim Hersteller kauft.

Wir glauben, dass dies deutlich zeigt, wie der Markt auf europäischer Ebene von uns als Unternehmen profitiert, indem wir es ermöglichen, dass Fahrzeuge, die an einem Ort nicht mehr benötigt werden, an anderen Orten für erschwingliche Mobilitätslösungen genutzt werden können.

Nehmen wir beispielsweise einen VW Golf mit einer Laufleistung von 50.000 Kilometern, den wir in Deutschland kaufen. Unsere deutsche Kundin bzw. unser Kunde erhält schnell, zuverlässig und stressfrei den vereinbarten Kaufpreis. Im Anschluss bereiten wir das Fahrzeug entsprechend den geltenden EU-Normen und AUTO1-internen Standards auf. Dann wird es zu einem wettbewerbsfähigen Preis an einem anderen Standort verkauft. Eine andere Familie könnte dadurch von dieser transparenten Transaktion profitieren und ein Gebrauchtfahrzeug mit bis zu 36-monatiger Garantie zu einem günstigen Preis erwerben.



Transparenz und Verbraucherschutz

Laut einer Studie der EU-Kommission zur Funktionsweise des Gebrauchtwagenmarkts aus Verbrauchersicht gilt der Gebrauchtwagenmarkt als eine der undurchsichtigsten Branchen in der EU.³ Die Studie kommt zu dem Schluss, dass dieser Markt der am schlechtesten funktionierende Warenmarkt in der EU ist, und zwar

„aufgrund der besonders schlechten Bewertungen in Bezug auf das Vertrauen der Verbraucher in die Einhaltung der Verbraucherschutzvorschriften durch die Händler, die Vergleichbarkeit, die Verbraucherzufriedenheit und einen relativ hohen Anteil an Problemen.“

Dies unterstreicht, dass die Merkmale des Marktes, seine Fragmentierung und die mangelnde Transparenz für die Verbraucher oft nachteilig sind.

Das Geschäftsmodell von AUTO1 beruht auf Transparenz. Wir wollen damit das Vertrauen der Verbraucher in unseren Markt stärken, indem wir unser Geschäftsmodell auf den herkömmlichen Gebrauchtwagenmarkt übertragen. So bieten wir Verbrauchern die völlig stressfreie Möglichkeit,

Gebrauchtwagen entsprechend unserem Bewertungs- und Preismodell zu kaufen bzw. zu verkaufen. Darüber hinaus folgen wir einem strikt bargeldlosen Geschäftsmodell. Mit dieser Maßnahme sorgen wir für zusätzliche Transparenz und bekämpfen gleichzeitig das Geldwäscherisiko, das auf stark fragmentierten Märkten traditionell besteht. Wir bieten zudem eine bis zu 36-monatige Garantie für alle Fahrzeuge, die wir über unsere Marke Autohero verkaufen, und halten dabei die geltenden Gesetze zum Verbraucherschutz ein.

Diese Bemühungen um maximale Transparenz wirken sich direkt auf das Vertrauen und den Schutz der Verbraucher aus. Über 90 % unserer C2B-Kunden, die auf der Grundlage unseres Online-Preises einen Termin in der nächstgelegenen Annahmestelle buchen, verkaufen ihre Fahrzeuge an uns. Unserer Meinung nach zeigt dies, dass wir eine transparentere, zuverlässigere und vertrauenswürdigere Lösung bieten als der herkömmliche Gebrauchtwagenmarkt. Auf diesem Erfolg bauen wir Tag für Tag auf. Denn wir sind überzeugt davon, dass unser auf den elektronischen Handel ausgerichteter und kundenorientierter Ansatz in einem Sektor, der häufig als intransparent für die Verbraucher bezeichnet wird, sich weiterhin positiv auf die Erfahrungen der Verbraucher, die Gebrauchtwagen kaufen oder verkaufen wollen, auswirken wird und damit insgesamt auf den Gebrauchtwagenmarkt.

³ https://ec.europa.eu/info/publications/study-second-hand-cars-market_enhand-cars-market_en market_en

Wirtschaftliches Wachstum

Die Auswirkungen unseres Geschäftsmodells auf die Verbraucher lassen sich auch auf unser B2B-Segment übertragen. Dort haben wir festgestellt, dass kleine und mittlere Unternehmen in ganz Europa enorm von der Zusammenarbeit mit AUTO1 profitiert haben. Unsere Beschaffungsmöglichkeiten und unsere transparente Reklamations- und Preispolitik haben dazu beigetragen, das Ökosystem des Gebrauchtwagenhandels auf europäischer Ebene zu stärken und unser Unternehmen in ganz Europa als transparenter und zuverlässiger Geschäftspartner anzubieten.

Wir haben mit Enrico Tetzlaff, dem Eigentümer des Autohändlers „Die Autogesellschaft“ gesprochen. Er arbeitet seit mehr als acht Jahren mit AUTO1 zusammen und wir wollten von ihm wissen, wie sich unsere Zusammenarbeit auf sein Geschäft ausgewirkt hat:

AUTO1: Hallo Enrico, vielleicht stellst Du Dich einmal kurz vor und erzählst uns ein bisschen über Deinen bisherigen Werdegang?

Ja gern. Ich bin Enrico Tetzlaff, bin 38 Jahre alt und bin in Dresden geboren. Ich bin selbständiger Autohändler. Wir beschäftigen uns überwiegend mit dem An- und Verkauf von „jungen Gebrauchten“, Old- und Youngtimern bis hin zu Exoten; wir machen eigentlich alles was vier Räder hat und aus eigener Kraft noch fahren kann.

In dem Job bin ich nun schon seit über 15 Jahren aktiv und hab in den letzten 15 Jahren einige Unternehmen in der Branche begleitet und mit aufgebaut und in Summe haben wir schätzungsweise weit über 20.000 Fahrzeuge gehandelt.

AUTO1: Wie und weshalb bist Du AUTO1-Partnerhändler geworden? Und seit wann?

Das war eher zufällig, durch einen Tipp von einem Händlerkollegen, der uns 2013 von AUTO1 erzählt hatte. Dass man da gute und günstige Autos bekommen kann. Und dann hab ich mich einfach mal angemeldet und registriert auf der Plattform. Dann rief mich direkt mein damaliger Partner Manager an. Den gibt's auch noch bei AUTO1 - und dann nahm das ganze an Fahrt auf. Seit 2013 oder 2014 stetig, seitdem wachsen wir immer weiter.

AUTO1: Und wie hat sich die Zusammenarbeit mit AUTO1 auf Dein Unternehmen ausgewirkt?

Wir sind eigentlich zusammen mit AUTO1 gewachsen. Also AUTO1 hat auf jeden Fall zum Wachstum beigetragen. Wir haben uns von den gängigen Auktionsbörsen, die es 2013/2014/2015 gab, mehr oder weniger verabschiedet und einige Jahre lang AUTO1 durchweg in dieser Zeit als Hauptzukaufsquelle genutzt.

AUTO1: Meinst Du, das Sourcing Problem, das viele Händler haben, hat sich dadurch verbessert?

Ja, auf jeden Fall. Du kannst halt schnell, bequem und einfach – quasi vom Sofa aus und wenn Du fleißig warst - 6, 8 oder auch 10 Autos zukaufen. Das bringt auch eine sehr große Zeitersparnis mit sich.

AUTO1: Unsere letzte Frage: Wie siehst Du die Zukunft dieser Geschäftsbeziehung?

Es hängt natürlich auch von der Gesamtentwicklung von Europa ab. Wir sind schließlich davon abhängig, was neu auf den Markt kommt und was im Zweifel zurückgegeben wird.

Wenn sich die Situation so weiterentwickelt dieses Jahr, wird sich das auf unser Wachstum auswirken. Und das exponentielle Wachstum wird wohl nicht so groß sein, wie erhofft und erwartet. Wenn es normal laufen würde, würde ich jedenfalls weiter zukaufen. Das ist zur Zeit aber schwer einzuschätzen.

Unter Normalbedingungen am Markt würde ich aber sagen, dass es sich weiterhin gut entwickeln würde.

Wir leisten nicht nur einen Beitrag zu Transparenz und Vertrauen auf dem Gebrauchtwagenmarkt, sondern minimieren zudem die sozialen Risiken in unserer Lieferkette, indem wir unsere Fahrzeuge ausschließlich direkt in der EU einkaufen. So senken wir beispielsweise durch unsere Zusammenarbeit mit EU-Unternehmen das Risiko von Menschenrechtsverletzungen bei der Beschaffung von Fahrzeugen und unterstreichen damit unser festes Bekenntnis zur Unterstützung dieser Rechte, wie es in unserem Code of Conduct und den zugrunde liegenden Richtlinien zum Ausdruck kommt. Um darauf aufzubauen, rollen wir gerade einen erweiterten Due-Diligence-Prozess für Dritte (Geschäftspartnerprüfung) aus. Dieser Prozess berücksichtigt die Grundsätze der Korruptions- und Bestechungsbekämpfung ebenso wie die Einhaltung der Menschenrechte und unserer Unternehmenswerte durch unsere Geschäftspartner.

Soziale Initiativen



Im Jahr 2019 haben wir unsere Zusammenarbeit mit der Berliner Tafel begonnen. Wir spendeten seit dieser Zeit Fahrzeuge wie Kühltransporter und andere Fahrzeuge, um der Organisation den Transport der Lebensmittel zu ermöglichen und Mobilitätslösungen anzubieten. Wir haben die Kooperation fortgesetzt und der Tafel Mittel für die Wartung ihrer Fahrzeuge und den Ausbau ihrer Flotte bereitgestellt.

Seitdem haben wir die Zusammenarbeit mit der Berliner Tafel fortgesetzt. Dabei haben wir unsere Spenderrolle weiterentwickelt und unterstützen die Initiative heute mit unserem Geschäftsmodell. Um beispielsweise eine kontinuierliche Bewertung ihres Fuhrparks zu ermöglichen, haben wir der Tafel Zugang zu unserer Preisbewertungslösung für die Wiedervermarktung verschafft. Damit kann die Organisation fundierte Entscheidungen in Bezug auf die Instandhaltung ihres Fuhrparks treffen, den optimalen Zeitpunkt für den Verkauf und den Ersatz eines Fahrzeugs ermitteln und den Wert ihrer Fahrzeuge jederzeit bestimmen.

Ein weiterer Punkt der Zusammenarbeit ist die Erneuerung ihres Fuhrparks: Wir bieten der Tafel eine transparente, schnelle und unkomplizierte Möglichkeit, ihre Fahrzeuge zu verkaufen. Wir wollten unser an der Kreislaufwirtschaft orientiertes Geschäftsmodell auf soziale Projekte anwenden, die von den Transport- und Mobilitätslösungen profitieren können, die unsere Produkte bieten.

Das sagt die Tafel:

„Wir freuen uns in AUTO1 einen zuverlässigen und transparenten Partner gefunden zu haben, der unsere Arbeit durch diese Kooperation und großzügige Spenden unterstützt. Für uns sind regionale Synergien und gegenseitige Unterstützung begrüßenswert, daher freuen wir uns, mit AUTO1 als einem Unternehmen aus Berlin zusammenzuarbeiten.“

In diesem Jahr haben wir diese Zusammenarbeit ausgebaut und ein internationales Projekt in mehreren Ländern gestartet. Wir wollen diese Initiative auf weitere Regionen ausdehnen, in denen wir tätig sind. Dazu arbeiten wir mit verschiedenen Organisationen wie der Stadtmission in Stockholm oder dem Internationalen Roten Kreuz in Belgien, Frankreich und Spanien zusammen und nutzen unsere transparenten Beschaffungs- und Flottenbewertungsmöglichkeiten, um gemeinnützige Initiativen in ganz Europa zu unterstützen. Für 2022 ist geplant, diese Art der Kooperation auf weitere soziale Initiativen auszuweiten.

04 UNSERE GOVERNANCE



- SEITE 35 Einführung
- SEITE 36 Diagramm „ESG-Governance“
- SEITE 37 Compliance

Einführung

AUTO1 ist stolz auf seine Corporate-Governance- und Compliance-Maßnahmen. Wir sind davon überzeugt, dass sich diese direkt auf unsere Fähigkeit auswirken, unsere angestrebte Nachhaltigkeitsstrategie umzusetzen. Nur mit der Beteiligung des Managements und des Aufsichtsrats sowie klar definierten Rollen, Zuständigkeiten und Entscheidungswegen können aus unseren Konzepten verbindliche Richtlinien werden, die eine entsprechende Berichterstattung ermöglichen.

Herzstück unserer Corporate-Governance-Struktur sind die Grundsätze des Deutschen Corporate Governance Kodex, die wir umfassend umgesetzt haben. Sie bieten unserer Einschätzung nach den optimalen organisatorischen Rahmen für unsere rechtlichen, ethischen und nachhaltigkeitsbezogenen Ziele und Anforderungen. Auf dieser Basis haben wir dafür gesorgt, dass wir einen unabhängigen Aufsichtsrat haben, und uns dazu verpflichtet, dass dieses Gremium bis 2023 zu einem Drittel mit Frauen besetzt ist. Darüber hinaus haben wir unser Aufsichtsratsmitglied Gerd Häusler als Verantwortlichen für ESG-Themen im Aufsichtsrat benannt und sind dabei einen ESG-Ausschuss zu etablieren, der sich auf Aufsichtsratsebene ausschließlich diesem Thema widmen wird. Neben diesen Gremien gibt es bei uns einen dedizierten Prüfungsausschuss, den wir bereits vor unserem Börsengang gegründet haben. Und schließlich haben wir auch einen Präsidialausschuss gebildet. Die wichtigsten Elemente der Umsetzung können Sie unserer jährlichen Entsprechenserklärung entnehmen.

Diese Governance-Struktur wird durch unsere Unternehmensrichtlinien und unseren Code of Conduct unterstützt, der die Grundsätze des Unternehmens integriert und unser Engagement für Transparenz unterstreicht, und zwar sowohl im Hinblick auf unser Geschäftsmodell und unsere Kundenbeziehungen als auch im Hinblick auf die rechtlichen Anforderungen und deren Einhaltung. Um die interne und externe Kommunikation unserer wichtigsten Grundsätze und Compliance-Maßnahmen sicherzustellen, gibt es auf unserer Group-Website einen speziellen Bereich, in dem man diese Grundsätze und Maßnahmen nachlesen kann. Unsere Richtlinien werden auch über unser Intranet kommuniziert und sind dort in einem dedizierten Bereich, dem Compliance Portal, für alle Mitarbeiter zugänglich.

Diagramm „ESG-Governance“



Alle ESG-Entscheidungen bei AUTO1 werden durch den ESG-Lenkungsausschuss getroffen, binden den Vorstand ein und werden dem Aufsichtsrat berichtet. Der Ablauf ist folgendermaßen:

Aufsichtsrat

Erhält vierteljährlich ein ESG-Update.

Vorstand

Verantwortlich für das Thema. Es werden vierteljährliche Meetings mit dem ESG-Lenkungsausschuss geplant.

ESG-Lenkungsausschuss

Berichtet direkt an den Vorstand. Vierteljährliche Meetings mit dem Vorstand, um die Strategie voranzutreiben. Mitglieder: SVPs, Vice President Operations & People, Head of IR, ESG-Team.

Entscheidungsbeispiel

ESG-Lenkungsausschuss schlägt eine neue Umweltinitiative vor. Diese wird im Rahmen der vierteljährlichen Meetings mit dem Vorstand vereinbart. ESG-Team arbeitet mit den jeweiligen Abteilungen bei der Umsetzung und der Nachverfolgung der KPIs für die Berichterstattung zusammen. Entsprechende Berichterstattung an den AR.

Compliance

Compliance-Verpflichtung

Wir glauben, dass eine Compliance-Kultur ihren Ursprung im sogenannten „Tone from the Top“ und auf Vorstandsebene hat. Deshalb bildet die Integrität unserer gesetzlichen Vertreter sowie des Top-Managements zusammen mit ihrem Bekenntnis zu einem verantwortungsvollen und gesetzeskonformen Führungsstil die Grundlage unserer Compliance-Kultur. Um diesen Ansatz in Form von einfach umzusetzenden Standards zu definieren, haben wir die Richtlinien in unserem unternehmensweiten Code of Conduct (CoC) niedergelegt. In unserem CoC haben wir unter anderem unsere Grundsätze zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption sowie unser Engagement für die Menschenrechte sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch innerhalb unserer Lieferkette festgehalten.

Diese Regeln sind für Mitarbeiter, Führungskräfte sowie das Senior Management verbindlich, welches anerkennt, dass es eine Vorbildrolle für den Rest des Unternehmens spielt und sich daher verpflichtet, das Unternehmen auf rechtlich und ethisch einwandfreie Weise zu führen. Diese Regeln gelten gleichermaßen für alle Geschäftspartner, mit denen AUTO1 Geschäfte tätigt. Sie sind Teil unseres Due-Diligence-Prozesses für Geschäftspartner und bilden die Grundlage für unsere Entscheidungen hinsichtlich der Auftragsvergabe und der Auswahl unserer Geschäftspartner.

Um unsere Compliance-Kultur zu bewahren, müssen alle unsere Mitarbeiter ihr Verhalten an den Gesetzen und den in unserem CoC niedergelegten Regeln ausrichten, da diese die grundlegenden Werte sind, auf denen unsere Kultur aufbaut. In der Praxis bedeutet dies, dass unsere Mitarbeiter zur Einhaltung und Umsetzung dieser Regeln und Grundsätze bei ihrer täglichen Arbeit verpflichtet sind. Entsprechend unserem Null-Toleranz-Ansatz dulden wir keinerlei Abweichung von dieser Regel. Daher wird jedes Verhalten, das unserem Unternehmen Schaden zufügt, untersucht, geklärt und gegebenenfalls strafrechtlich verfolgt – unabhängig von der Ebene, auf der eine solche Verletzung stattfindet.

Die Compliance-Funktion ist ein unabhängiger Teil der Corporate Governance des Unternehmens und umfasst sowohl das Risikomanagement als auch die internen Kontrollen. Nach § 93 Abs. 1 AktG und wie im Deutschen Corporate Governance Kodex gefordert, ist der Vorstand für sein Geschäft verantwortlich und hat bei der Erfüllung seiner Aufgaben die Sorgfalt einer ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleitung walten zu lassen. Die Aufrechterhaltung der Compliance ist Teil dieser gesetzlichen Verpflichtung, wird im Rahmen der

Verteilung der Geschäftsverantwortung dem General Counsel/Vice President Legal und Head of Compliance übertragen.

Um die Einhaltung dieses Governance-Standards zu gewährleisten, haben wir einen dedizierten Compliance-Ausschuss eingerichtet, dem Markus Boser (CFO), Timo Wilke (General Counsel/VP Legal), Christian Schroeder (Vice President Tax and Risk Management) und Matthew Perry (Head of Compliance) angehören. Der Compliance-Ausschuss kommt auf vierteljährlicher Basis zusammen. Unter bestimmten Voraussetzungen wie schwerwiegenden Compliance-Verstößen oder anderen dringlichen Ereignissen beruft der Head of Compliance sofort eine Sitzung ein. Diese Struktur stellt die Einbeziehung von Vorstand und Risikofunktion bei allen wichtigen Compliance-relevanten Themen sicher.

Während der turnusmäßigen Sitzungen informiert der Head of Compliance zum Stand des Compliance-Management-Systems bei AUTO1 sowie über alle Compliance-Verstöße, laufende Untersuchungen und Berichte, die der Head of Compliance über unsere Whistleblowing-Kanäle erhalten hat. Weitere Themen sind Risikomanagement- und Nachhaltigkeitsaspekte. Sollte ein Compliance-Verstoß Disziplinarmaßnahmen erfordern, sind diese im Rahmen der geltenden gesetzlichen Bestimmungen durch den Compliance-Ausschuss festzulegen. Bei Bedarf sind nichtständige Mitglieder des Compliance-Ausschusses wie der Head of People zur Unterstützung dieses Prozesses einzubeziehen. Im Geschäftsjahr 2021 wurden uns keine wesentlichen Verstöße bekannt.

Grundlage für alle unsere Compliance-Maßnahmen ist unsere Compliance-Risikoanalyse, die alle potenziellen rechtlichen Risiken abdeckt, denen wir ausgesetzt sind, und auf jährlicher Basis durchgeführt wird. Um potenzielle Risiken zu beurteilen, veranstalten wir Workshops mit allen Abteilungen, überprüfen Prozesse und befragen die Verantwortlichen in der gesamten Gruppe. Damit verschaffen wir uns einen Überblick über mögliche Risiken und beurteilen dann jeweils empirisch die Wahrscheinlichkeit des Eintritts und der Folgen solcher Risiken. Dieser Prozess wird durch einen externen Auditor überwacht und abgenommen, bevor er durch den Vorstand verabschiedet und dem Prüfungsausschuss vorgelegt wird.

Maßnahmen zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung: Richtlinien, Training, Reporting-Governance

Eines der zentralen Elemente unserer umfassenden Compliance-Bemühungen sind unsere Maßnahmen zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Wir sehen es als Teil unserer Verantwortung als Unternehmen an sicherzustellen, dass wir unsere Geschäfte fair, ehrlich und integer führen und einen Beitrag zum weltweiten Kampf gegen Bestechung und Korruption leisten.

Neben unserem Code of Conduct, der besagt, dass wir in unseren Geschäftspraktiken weder Korruption noch Bestechung dulden, haben wir eine Richtlinie zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption eingeführt, die auf diesem Grundsatz aufbaut. Sie dient unseren Mitarbeitern als Richtschnur dafür, wie sie sich in solchen Situationen verhalten sollen und ist zudem Grundlage für die Einhaltung unserer Werte und aller geltenden Gesetze zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Diese Richtlinie erstreckt sich auf den Umgang mit Amtsträgern, Schmiergeldern, politischen und wohltätigen Spenden sowie Interessenkonflikten. Wir sehen das Thema Geschenke & Einladungen als zentrales Element unserer Anti-Korruptions- und Bestechungsbemühungen. Der Umgang damit ist in unserer Richtlinie zu Geschenken und Einladungen festgelegt.

Um die Kommunikation der in den oben genannten Compliance-Dokumenten dargelegten Grundsätze zu konsolidieren, haben wir ein spezielles Compliance-Trainingsprogramm eingerichtet, das im Rahmen des Onboardings neuer Mitarbeiter beginnt und während ihrer Betriebszugehörigkeit im Unternehmen fortgesetzt wird. Im Jahr 2021 erhielten alle unsere Mitarbeiter Zugang zum Trainingsprogramm der AUTO1 Academy zu Rechts- und Compliance-Themen, das unter anderem das Thema Korruptions- und Bestechungsbekämpfung sowie die in unserem Code of Conduct und den ergänzenden Richtlinien niedergelegten Grundsätze abdeckt.

Menschenrechte

AUTO1 hat sich verpflichtet, die Menschenrechte zu achten, und zwar sowohl intern als auch in Bezug auf die Geschäftspartner. Wir sind uns der Bedeutung der Menschenrechte in unserer täglichen Arbeit bewusst und wissen, welche Auswirkungen sie auf arbeitsrechtliche Erwägungen haben. Daher bekennen wir uns zur UN-Charta und zur Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen.

Die Grundlage unserer Bemühungen um die Einhaltung der Menschenrechte ist eine Risikoanalyse zu diesem Thema. Nach einer Risikobewertung im Rahmen unserer Compliance-Risikoanalyse sind wir zu dem Schluss gekommen, dass das Risiko von Menschenrechtsverletzungen für uns gering ist, da wir die EU-Arbeitsnormen einhalten, unsere Produkte innerhalb der EU beziehen und hauptsächlich mit Unternehmen mit Sitz in der EU zusammenarbeiten. Das minimiert das Risiko von Menschenrechtsverletzungen in unserer Lieferkette.

Dennoch haben wir eine Reihe von Maßnahmen eingeführt, die dazu beitragen, das Restrisiko zu minimieren. So identifizieren wir unsere Geschäftspartner in Übereinstimmung mit den geltenden Anti-Geldwäsche-Gesetzen. Dieser „Know-Your-Customer“-Prozess stellt sicher, dass wir wissen, mit

wem wir Geschäfte tätigen, und ermöglicht unserem Compliance-Team eine Hintergrundprüfung, falls Warnsignale vorliegen. Auch wenn dies häufig als eine Maßnahme zur Bekämpfung von Geldwäsche, Korruption und Bestechung gilt, glauben wir, dass die dadurch geschaffene Transparenz uns dabei hilft sicherzustellen, dass wir keine Geschäftsbeziehung mit einem Partner eingehen, der die Achtung der Menschenrechte nicht ernst nimmt.

Als weitere vorbeugende Maßnahme überprüfen wir Geschäftspartner hinsichtlich etwaiger Sanktionen. Einerseits sorgt dies dafür, dass wir geltende Sanktionen und eventuelle Import- und Exportbestimmungen einhalten. Andererseits gewährleistet dies, dass wir nicht an der Finanzierung terroristischer Aktivitäten beteiligt sind, und stellt zudem sicher, dass wir alle Geschäftspartner angemessen identifizieren und somit auch Geschäftspartner vermeiden, die unter dem Gesichtspunkt der Menschenrechte eher ein Risiko darstellen könnten.

Schließlich rollen wir zurzeit ein Due-Diligence-Programm für Geschäftspartner aus, durch das wir verschiedene Due-Diligence-Stufen in unseren Vertragsunterzeichnungsprozess implementieren werden. Dies bedeutet, dass Transaktionen in bestimmten Gebieten und Branchen und/oder solche mit einer hohen Vertragssumme oder Bindungsfrist, die für uns ein erhöhtes Risiko darstellen, einer speziellen Geschäftspartnerprüfung unterzogen werden. Im Rahmen dieses Prozesses werden wir potenzielle Geschäftspartner auffordern, die notwendigen Informationen für das Compliance-Team vorzulegen, um eine umfassende Hintergrundprüfung des jeweiligen Partners durchzuführen. Diese Hintergrundprüfungen sorgen dafür, dass wir Geschäftspartner vermeiden, bei denen ein erhöhtes Risiko von Compliance-Verstößen, einschließlich Bestechung, Korruption und Menschenrechtsverletzungen, besteht.

Darüber hinaus beschreibt unser Code of Conduct eindeutig unsere Haltung und unser Bekenntnis zu den Menschenrechten. Um dies nach außen zu kommunizieren und zu gewährleisten, dass unsere Geschäftspartner unsere Haltung kennen, wird unser CoC auf einer Group-Website veröffentlicht und ist öffentlich zugänglich. Zudem wird er im Rahmen unseres Due-Diligence-Programms für Geschäftspartner an diese weitergeleitet. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir über unsere Whistleblowing-Kanäle keine Berichte zu Menschenrechtsverstößen erhalten.

Whistleblowing

Zur Aufdeckung von Missständen und um sicherzustellen, dass unsere Compliance-Grundsätze eingehalten werden, haben wir eine Whistleblowing-Governance-Struktur einge-

richtet, die die Anforderungen der EU-Richtlinie über die Meldung von Missständen bereits vor der formellen gesetzlichen Verpflichtung erfüllt. Whistleblowing zu ermöglichen und die Hinweisgeber vor Vergeltungsmaßnahmen zu schützen ist unserer Überzeugung nach von zentraler Bedeutung für die Wahrung unserer Unternehmensgrundsätze und fördert zudem einen gesunden Austausch zwischen uns, unseren Mitarbeitern und Dritten.

Bei AUTO1 haben wir zwei voneinander unabhängige Whistleblowing-Kanäle eingerichtet:

Der Kanal compliance@auto1.com, der von unserem Compliance-Team verwaltet wird, ist unser wichtigster Meldekanal und bietet eine vertrauliche Möglichkeit für unsere Mitarbeiter oder Dritte, jeden (vermuteten) Compliance-Verstoß zu melden. Als Alternative und für anonyme Meldungen hat AUTO1 die Dienste von Dr. Margarete Gräfin von Galen als externe Ombudsperson in Anspruch genommen.

Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeitern und auch Dritten an, uns persönlich oder per E-Mail zu kontaktieren oder ein persönliches Treffen mit unserem Compliance-Team bzw. der externen Ombudsperson zu vereinbaren, um Compliance-Probleme zu melden.

Um den Meldeprozess und die zugrundeliegenden Governance-Maßnahmen klar darzulegen, haben wir eine spezielle Whistleblowing-Richtlinie entwickelt, die allen Mitarbeitern kommuniziert wurde und im Compliance-Portal unseres Intranets verfügbar ist. Diese Richtlinie stellt unser Meldeverfahren in den Mittelpunkt, das die genauen Schritte und den Zeitrahmen einer Meldung beschreibt und Vergeltungsmaßnahmen gegen die meldende Person verbietet. Sie regelt zudem die Vertraulichkeit und den Datenschutz im Rahmen des Whistleblowing-Prozesses. Das Thema Whistleblowing wurde in Form der wichtigsten Prozesselemente und unserer Richtlinie zudem in unser Compliance-Trainingsprogramm integriert. Neben der internen Kommunikation haben wir auch eine Übersicht der Whistleblowing-Möglichkeiten im Compliance-Bereich auf unserer Group-Website eingestellt.

Im Jahr 2021 wurden uns keine bestätigten Compliance-Verstöße zur Kenntnis gebracht bzw. über die oben beschriebenen Kanäle gemeldet.

Datenschutz- und Sicherheit

Als datengesteuertes Unternehmen verarbeiten wir enorme Datenmengen, die teilweise als personenbezogene Daten zu kategorisieren sind. Wir betrachten Daten als ein sensibles Gut. Daher tragen wir den gesetzlichen Anforderungen an den Datenschutz und der Verantwortung, die uns als Datenverarbeiter obliegt, durch eine Unternehmenspolitik Rech-

nung, die einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten gewährleistet. Für uns gehört der Schutz personenbezogener Daten zu unserer unternehmerischen und sozialen Verantwortung. Der Schutz dieser Daten ist entscheidend dafür, dass unsere Verbraucher uns auch in Zukunft vertrauen und wir unser Geschäft nachhaltig ausbauen können.

Unser Unternehmen unterliegt den geltenden und neuen Gesetzen zum Schutz der Privatsphäre und des Datenschutzes auf Bundes-, Landes- und internationaler Ebene. Daher ist der Datenschutz für AUTO1 von strategischer Bedeutung und wir haben wirksame Governance-Maßnahmen etabliert, um die Vertraulichkeit und Sicherheit der Kundeninformationen zu bewahren und die Einhaltung der geltenden Gesetze zu gewährleisten. Zudem hat AUTO1 Unternehmensrichtlinien und Verfahren eingeführt, die die Erfassung, Verwendung, Aufbewahrung und den Schutz von Daten regeln.

Um unsere Datenschutzmaßnahmen und damit das zugrundeliegende Datenschutzmanagementsystem auf eine solide Basis zu stellen, führen wir jährlich eine Compliance-Risikoanalyse durch, die das Risiko der Nichteinhaltung von Datenschutzanforderungen sowie die Möglichkeit von Datenschutzverletzungen bei AUTO1 bewertet. Parallel dazu haben wir eine externe Prüfung unseres Datenschutzmanagementsystems in Auftrag gegeben, die von der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft PriceWaterhouseCoopers (PwC) durchgeführt wurde. Die Prüfung bestätigte, dass es in unserer Organisation keine Warnsignale oder ernste Datenschutzbedenken gibt. Entsprechend unserer Risikoanalyse und aufgrund unseres Charakters als datengesteuertes Unternehmen sind wir jedoch der Ansicht, dass der Datenschutz für uns als Unternehmen von zentraler Bedeutung ist und bei unseren Überlegungen zu Compliance- und aufsichtsrechtlichen Fragen eine besonders zentrale Stellung einnimmt.

Auf dieser Basis stellt unser Code of Conduct fest, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter von AUTO1 für die Wahrung eines hohen Datenschutzniveaus verantwortlich ist. Unsere Datenschutzrichtlinie basiert auf diesem Prinzip und bietet unseren Mitarbeitern eine Übersicht darüber, was sie beim Umgang mit personenbezogenen Daten zu berücksichtigen haben. Zudem bildet sie die Grundlage, auf der wir die Datenschutz-Grundverordnung (DSVGO) einhalten. Unsere Richtlinie zur IT-Sicherheit deckt die technischen Aspekte des Datenschutzes ab und dient unseren Mitarbeitern als Richtschnur zum Datenschutz im Tagesgeschäft.

Um den Datenschutz zu gewährleisten, haben wir eine mit dem Datenschutz beauftragte Person ernannt und die zuständige Behörde über ihre Ernennung informiert. Sie nimmt die gesetzlich vorgeschriebenen Aufgaben zur Sicherstellung der Einhaltung der Datenschutzvorschriften wahr und überwacht die Einhaltung der Datenschutzgesetze und unserer

Datenschutzrichtlinie. Diese Person wird von mehreren Mitgliedern der Rechtsabteilung unterstützt, die mit dem Thema vertraut sind. Zudem steht ihr ein Datenschutzkoordinator zur Seite, der für die technische und organisatorische Umsetzung unserer Datenschutzmaßnahmen zuständig ist.

Letztlich liegt die Verantwortung für den Datenschutz beim Vorstand, der über eine kontinuierliche Berichterstattung des Compliance-Ausschusses in alle wichtigen Überlegungen zum Datenschutz eingebunden ist. Oberhalb der Vorstandsebene erhalten auch der Prüfungsausschuss und der Aufsichtsrat regelmäßig Datenschutzberichte. Wie im Abschnitt über Mitarbeiterschulungen erwähnt, ist der Datenschutz außerdem Teil der Rechtsschulung der AUTO1 Academy, die Mitarbeiter der gesamten AUTO1 Group absolvieren müssen.

Zu Berichtszwecken berücksichtigen wir Verstöße oder Vorfälle mit erheblichen (finanziellen) Auswirkungen. Obwohl es Versuche von böswilligen Akteuren gegeben haben könnte, unsere Sicherheitsmaßnahmen zu durchbrechen, gab es im Jahr 2021 keinen wesentlichen Vorfall zum Nachteil unserer Kunden, Mitarbeiter oder Partner.



AUSBLICK

Wir blicken auf ein großartiges Jahr zurück, nicht zuletzt, weil es uns gelungen ist, Fortschritte bei den Nachhaltigkeitszielen zu erreichen, die wir uns gesetzt haben. Unsere kontinuierliche Arbeit an der führenden Plattform für den Online-Kauf und -Verkauf von Fahrzeugen hat uns einen Effizienzschub gegeben, der uns auf dem von uns angestrebten Übergang zur Kreislaufwirtschaft weiter voranbringt. Tatsächlich senken wir aktiv den Bedarf an Neufahrzeugen und beschleunigen den Umstieg auf elektrisch und mit Wasserstoff betriebene Gebrauchtfahrzeuge. In den kommenden Jahren wollen wir unser Autohero-Segment kontinuierlich ausbauen und unseren Kunden eine breitere Auswahl junger und zunehmend umweltfreundlicher Fahrzeuge bieten.

Durch den Start unseres CO₂-Kompensationsprojekts Project Greencar sowie unserem Fokus auf mehr Effizienz bei unserem Distributionsnetz und unserem Energieverbrauch haben wir zudem einen wichtigen Schritt in Richtung unseres Ziels getan, bis 2030 ein klimaneutrales Unternehmen zu sein. Für 2022 und darüber hinaus planen wir die Weiterentwicklung dieser Initiativen, suchen neue Wege zur Verbesserung unserer Umweltbilanz und wollen unsere Treibhausgasemissionen in den Bereichen Scope I bis III wirksam verringern.

Darüber hinaus sind wir sehr stolz auf unser vielfältiges Team, das die Basis für unseren Erfolg ist und uns die Entwicklung unserer Ziele, einschließlich unserer Nachhaltigkeitsziele, ermöglicht. Im Laufe des Jahres haben wir unsere Belegschaft international

ausgebaut. Mittlerweile sind konzernweit 95 verschiedene Nationalitäten vertreten. Neben unseren Bemühungen, unseren Einfluss als Arbeitgeber zu stärken, haben wir intensiv daran gearbeitet, unser Schulungs- und Entwicklungsangebot sowie unsere Maßnahmen zur Feedback- und Entwicklungskultur zu verbessern. Mit Blick auf die Zukunft werden wir in der Zentrale in Berlin unsere neue Arbeitsstrategie implementieren und auf eine stärkere Vertretung von Frauen auf Führungsebene hinarbeiten.

Auch im Bereich Einfluss auf die Gemeinschaft haben wir 2021 Fortschritte erzielt. Mit unserem Ziel, die beste Plattform für den Online-Kauf und -Verkauf von Fahrzeugen zu schaffen, konnten wir einen positiven Beitrag zur Mobilität in Europa leisten und zudem unser Ziel, die wirtschaftliche Entwicklung durch Konsolidierung unseres B2B-Segments zu verbessern, weiter verfolgen. Diese Bemühungen wurden begleitet durch unsere sozialen Initiativen wie die fortgesetzte Zusammenarbeit mit der Berliner Tafel. In den kommenden Jahren wollen wir dieses Projekt konzernweit ausrollen und darauf aufbauen, indem wir unser Geschäftsmodell auf weitere soziale Initiativen anwenden.

Nicht zuletzt sind wir stolz auf unsere Governance-Maßnahmen, die es uns ermöglicht haben, an der Umsetzung unserer ESG-Ziele zu arbeiten und gleichzeitig das nachhaltige Wachstum unseres Unternehmens zu unterstützen. Wir konnten das Jahr abschließen, ohne dass uns Compliance-Verstöße über unsere Whistleblowing-Kanäle gemeldet wurden. Zudem konnten wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie durch die Zusammenarbeit von Aufsichtsrat, Vorstand und ESG-Lenkungsausschuss erfolgreich weiterentwickeln. Für 2022 planen wir, die Anzahl der Sitzungen des ESG-Lenkungsausschusses zu erhöhen und unsere Reporting-Governance mit Blick auf die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wie Datenschutz und Sicherheit weiterzuentwickeln.

Insgesamt freuen wir uns, Ihnen diesen ersten umfassenden Überblick über unsere Nachhaltigkeitsstrategie, unsere Ziele und Erfolge geben zu können. Wir sind davon überzeugt, dass wir Ihnen in den kommenden Jahren noch viele weitere Erfolge vermelden werden.

Sustainability Accounting Standards Board Disclosure

TOPIC	SASB ACCOUNTING METRIC	CATEGORY	UNIT OF MEASURE	DATA AVAILABLE IN THE REPORT
Energy Management in Retail & Distribution	(1) Total energy consumed, (2) percentage grid electricity, (3) percentage renewable	Quantitative	Gigajoules (Gj), Percentage (%)	(1) 15754 GJ (2) 100% (3) >85%
Data Security	Description of approach to identifying and addressing data security risks	Discussion and Analysis	n/a	Data present on pages 48-49
	(1) Number of data breaches, (2) percentage involving personally identifiable information (PII), (3) number of customers affected	Quantitative	Number, Percentage (%)	Data present on page 48
Labor Practices	(1) Average hourly wage and (2) percentage of in-store employees earning minimum wage, by region	Quantitative	Reporting currency, Percentage (%)	Data present on page 25
	(1) Voluntary and (2) involuntary turnover rate for in-store employees	Quantitative	Rate	Data present on page 25
	Total amount of monetary losses as a result of legal proceedings associated with labor law violations	Quantitative	Reporting currency	Data present on page 25
Workforce Diversity & Inclusion	Percentage of gender and racial/ethnic group representation for (1) management and (2) all other employees	Quantitative	Percentage (%)	Data present on page 25
	Total amount of monetary losses as a result of legal proceedings associated with employment discrimination	Quantitative	Reporting currency	Data present on page 25
Product Sourcing, Packaging & Marketing	Revenue from products third-party certified to environmental and/or social sustainability standards	Quantitative	Reporting currency	0%
	Discussion of processes to assess and manage risks and/or hazards associated with chemicals in products	Discussion and Analysis	n/a	In 2021, we did not handle a material amount of chemicals.
	Discussion of strategies to reduce the environmental impact of packaging	Discussion and Analysis	n/a	We do not ship packaged products, i.e., used cars, and try to recycle all packaging we receive.

Sustainability Accounting Standards Board Disclosure

ACCOUNTING METRIC	CATEGORY	UNIT OF MEASURE	DATA AVAILABLE IN THE REPORT
Number of: (1) retail locations and (2) distribution centers	Quantitative	Number	We have (1) one showroom for the retail sale of used cars and (2) no own distribution centres.
Total area of: (1) retail space and (2) distribution centers	Quantitative	Square meters (m ²)	(1) Less than 250 square meters and (2) nil.

Aufgrund der fachspezifischen Definitionen des SASB Standards veröffentlichen wir die obige Übersicht zur Erhöhung der Klarheit in englischer Sprache. Bei Rückfragen steht Ihnen unsere Investor Relations Abteilung unter ir@auto1-group.com gerne zur Verfügung.

AUTO1 | GROUP

Bergmannstraße 72, 10961 Berlin, Deutschland

+4930201638360

info@auto1-group.com