

2023 ESG-BERICHT

EINE NACHRICHT UNSERES VORSTANDS



In den ersten 10 Jahren nach der Gründung der AUTO1 Group lag unser Hauptaugenmerk auf dem Wachstum des Unternehmens - und das haben wir geschafft. Es war immer unser Ziel, allen unseren Kundinnen und Kunden - Händlern wie Endkunden - die bestmöglichen Erfahrungen zu bieten. Mit diesem Ziel vor Augen haben wir Produkte entwickelt, die in ihren Bereichen führend sind, wie AUTO1.com, Europas größte Handelsplattform für Gebrauchtwagen. Wir haben unser Unternehmen unter strengen ESG-Gesichtspunkten aufgebaut, denn wir sind davon überzeugt, dass es für das nachhaltige Wachstum und die Entwicklung von AUTO1 Group von zentraler Bedeutung ist, einen positiven Beitrag für die Gemeinschaften zu leisten, in denen wir leben und arbeiten, und die Auswirkungen auf die Umwelt so weit wie möglich zu minimieren.

Wir freuen uns, dass wir im Jahr 2023 bei verschiedenen Initiativen große Fortschritte gemacht haben. In den Niederlanden haben wir beispielsweise mehrere Projekte umgesetzt, um unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern, etwa durch die Wahl von Farben, die bei Raumtemperatur schnell trocknen und keine Trockenkabinen benötigen, die traditionell mit Gas betrieben werden.



Wir haben auch die Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration fortgesetzt. Ein zentraler Baustein sind daher unsere AUTO1-Communities, mit denen wir einen sicheren Raum für Mitarbeitende schaffen wollen, um sich zu vernetzen, innerhalb des Unternehmens ein Bewusstsein für bestimmte Themen zu schaffen und den Austausch von Ideen zu fördern. Letztes Jahr organisierte die Women at AUTO1 Community zum Internationalen Frauentag 2023 eine Online-Podiumsdiskussion mit sechs unserer talentierten Kolleginnen. Die Podiumsdiskussion befasste sich mit Themen wie Führung, Karriereentwicklung, Vielfalt und weiblichem Aktivismus und diskutierte über Herausforderungen, Erfolgsgeschichten und Überlegungen, wie man das Arbeitsumfeld noch inklusiver gestalten kann.

Mit Blick auf die kommenden Jahre werden wir ehrgeizig bleiben und weiterhin danach streben, einzigartige Kundenerlebnisse zu schaffen und wir werden uns mehr denn je auf Innovation und den Einsatz von Technologie konzentrieren, um unser Geschäft auszubauen. Dies ist nur mit den robusten Umwelt-, Sozial- und Governance-Strukturen möglich, die wir aufgebaut haben. Indem wir sichergestellt haben, dass ein solider ESG-Rahmen in unsere DNA eingewoben ist, haben wir die notwendige Grundlage für die Entwicklung und das Wachstum unseres einzigartigen Geschäftsmodells geschaffen.

Infolgedessen sind ESG-Praktiken weiterhin fest in unserem Daily Business verankert. Die Berichterstattung im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) wird im Jahr 2025 beginnen und bis dahin konzentrieren wir uns auf die Verbesserung unserer Prozesse und streben weiterhin nach Fortschritten und Erfolgen in Bezug auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie.

In diesem Bericht werden unsere beeindruckenden Fortschritte bei verschiedenen ESG-Initiativen im vergangenen Jahr hervorgehoben und gleichzeitig zeigen wir jene Bereiche auf, in denen unsere Reise gerade erst beginnt. Wir haben eine vielversprechende und spannende Zukunft vor uns.

Danke, dass Sie uns auf diesem Weg begleiten.



Christian Bertermann

CEO & Co-Founder der
AUTO1 Group



Markus Boser

CFO der AUTO1 Group



UNTERNEHMENSPROFIL

AUTO1 Group SE (im folgenden "AUTO1") ist Europas führende digitale Plattform für den Gebrauchtwagenhandel, die unter den Marken AUTO1.com, wirkaufendeinauto.de mit seinen Schwestermarken und Autohero betrieben wird. Wir sind in mehr als 30 Ländern aktiv, beschäftigen rund 5.500 Mitarbeitende und haben im Jahr 2023 über 580.000 Fahrzeuge verkauft. Eine ausführliche Beschreibung unseres Geschäftsmodells finden Sie im entsprechenden Abschnitt des zusammengefassten Lageberichts in Kapitel 3 unseres Geschäftsberichts.

ca. 5.500

Mitarbeitende



30+

Länder



22

Länder mit
Standorten



102

Unterschiedliche
Nationalitäten



4.200.000+

Fahrzeuge von Kund*innen
gekauft und verkauft



Unsere Wertschöpfungskette



Wir glauben, dass unser einzigartiges Geschäftsmodell, wie es in der Grafik unserer Wertschöpfungskette dargestellt ist, das Potenzial hat, zu mehreren ESG-Zielen beizutragen, wie etwa dem Übergang zur Kreislaufwirtschaft. Bei der Erstellung dieses Berichts haben wir die Auswirkungen unseres Modells auf Nachhaltigkeit neu analysiert.

Unser Ansatz für die nichtfinanzielle Berichterstattung

Als Europas führende digitale Plattform für den Gebrauchtwagenhandel ist es unser Ziel, die beste Möglichkeit zu entwickeln, Autos zu kaufen und zu verkaufen. Wir sind uns bewusst, dass die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in unsere tägliche Arbeit von zentraler Bedeutung für dieses Ziel und das nachhaltige Wachstum unseres Unternehmens ist. Dieser Grundsatz liegt unserer gesetzlichen Verpflichtung zur Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zugrunde und bildet den Eckpfeiler unseres Ansatzes für unsere nichtfinanzielle Berichterstattung.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2023 wurde gemäß § 289b Abs. 1 und 3 sowie § 315b Abs. 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 förderfähigen Anteil unseres Umsatzes, unserer Investitionsausgaben (CapEx) und unserer Betriebsausgaben (OpEx) sowie den Anteil, der mit den Anforderungen der EU-Taxonomie-Verordnung übereinstimmt, offengelegt. Eine detailliertere Erläuterung unserer Taxonomie befindet sich im Abschnitt Umwelt in diesem Bericht.

Dieser Bericht orientiert sich außerdem freiwillig am Berichtsstandard des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und dessen Schwerpunkt auf die Offenlegung branchenspe-

zifischer Kennzahlen (Key Performance Indicators - KPIs). Wir sind davon überzeugt, dass wir so relevante Informationen und leicht vergleichbare Kennzahlen bereitstellen können, die Themen rund um die gesunde Entwicklung des Unternehmens betreffen.

Nach dem SASB-Standard werden wir als Sektor Consumer Goods, Primary Industry Multiline & Speciality Retailer und Distributor klassifiziert. Die Anwendung dieses Standards ermöglicht es uns, bei der Erstellung unserer Nachhaltigkeitskennzahlen die gleichen Maßstäbe anzulegen wie bei unseren Finanzberichten. So können wir unseren Aktionärinnen und Aktionären, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit einen umfassenden Überblick über unsere nichtfinanziellen Kennzahlen und Leistungen bieten, um unsere Nachhaltigkeitsbemühungen transparent zu bewerten.

Unser zentraler Ansatz

Wir unterstützen die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen und integrieren diese in unsere strategischen Geschäftsentscheidungen und unser Tagesgeschäft. Im Einklang mit den Merkmalen unseres Geschäftsmodells liegt unser Schwerpunkt auf den folgenden drei Zielen für nachhaltige Entwicklung:

Ziel 13

Umwelt: Maßnahmen zum Klimaschutz

Dieses Ziel für nachhaltige Entwicklung fordert, "umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen" zu ergreifen. Dazu zählen Klimaschutz, Verringerung der Treibhausgase und die Einhaltung des Pariser Abkommens vom Dezember 2015. Entsprechend sind wir uns der Wichtigkeit dieses Ziels und der Notwendigkeit seiner Unterstützung durch unser Unternehmen bewusst.



Ziel 5

Soziale Fragen: Geschlechtergleichheit

Dieses Ziel für nachhaltige Entwicklung fordert „Geschlechtergleichstellung zu erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung zu befähigen und wir 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).



Ziel 8

Governance: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Dieses Ziel für nachhaltige Entwicklung fordert „dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle zu fördern“. Unsere Governance-Maßnahmen für die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens, die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten und eine gerechte Entlohnung sowie die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung unserer Geschäftspartner sind auf dieses Ziel abgestimmt.

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 der Erstellung des Berichts

Um eine Grundlage für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung zu schaffen und für maximale Transparenz dieses Prozesses zu sorgen, haben wir unsere jährliche nichtfinanzielle Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Unser Ziel war es, neu zu bewerten, welche Auswirkungen unser Geschäft auf Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeitende hat. Zudem wollten wir wissen, ob wir weiterhin die notwendigen Risikomanagement-, Compliance- und Governance-Standards erfüllen, um sicherzustellen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umsetzen und gleichzeitig die geltenden rechtlichen Anforderungen erfüllen können. Im Rahmen dieser Bewertung haben wir unser Geschäftsmodell, unsere Wertschöpfungs- und Lieferkette analysiert und mit internen und externen Stakeholdern zusammengearbeitet. Gemeinsam haben wir die wichtigsten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf diese Themen (Inside-Out-Perspektive) sowie die Art und Weise, wie diese unser Geschäft beeinflussen (Outside-In-Perspektive) hervorgehoben.

Analysiert wurden sowohl unsere Stärken, unsere potenziellen Schwächen und Risiken, die Einfluss sowohl auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie, als auch auf die Umsetzung der in diesem Bericht beschriebenen ESG-Initiativen hatten. Dieser vorläufigen Beurteilung folgten eingehende interne Diskussionen und Überlegungen, die von unserem Vorstand in Zu-

sammenarbeit mit dem ESG-Lenkungsausschuss und unter Aufsicht des ESG-Ausschusses des Aufsichtsrats geführt wurden. Daran waren unsere Purchasing, Sales, Real Estate, Logistics, Production, Legal und Compliance, Communications, People, Tax & Risk und Accounting-Abteilungen beteiligt. Gemeinsam mit Stakeholdern verschiedener Funktionsstufen wurde auf ein breites Spektrum an Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen sowie Aspekten unserer Geschäftstätigkeit eingegangen. Daraus resultierten die folgenden Schwerpunkte:

AUTO1 erfüllt Mobilitätsbedürfnisse von Kund*innen, indem es ihnen die größte Fahrzeugauswahl und eine einzigartige, transparente und einfache Möglichkeit bietet, Gebrauchtwagen ganz bequem von zu Hause aus zu kaufen und zu verkaufen. 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 hat unser ESG Team unser jährliches 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 nach-



haltige Entsorgung von Müll auf unseren Betriebsgeländen und in den Produktionsanlagen in unsere Überlegungen einbezogen. Auf eine nachhaltige Umwelt einzuzahlen ist unser oberstes ESG-Ziel.

Unsere Mitarbeitenden und die Gesellschaft sind für uns der zweitwichtigste Bestandteil des Unternehmens. Mit rund 5.500 Mitarbeitenden, 102 verschiedenen vertretenen Nationalitäten, Aktivitäten in über 30 Ländern und einer starken lokalen und internationalen Bedeutung als Arbeitgeber, ist für uns nach wie vor klar, 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, der 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 sowie des Deutschen Corporate Governance Kodex neu bewertet. Hierbei bewerteten wir unsere Risikomanagementstrategie, die Maßnahmen zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung, die Datensicherheit und den Datenschutz, die Einhaltung der Gesetze zum Schutz der Menschenrechte und der Lieferkette, die Unabhängigkeit unseres Aufsichtsrats und Prüfungsausschusses sowie unsere spezielle Governance-Struktur für Nachhaltigkeit. Schwerpunkte waren dabei die Vielfalt und Inklusion in diesen Gremien, die Entscheidungswege sowie die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten in diese Gremien und die Berichterstattung darüber.

Unser nichtfinanzielles Risikomanagement

Der Vorstand hat in Zusammenarbeit mit dem Risikomanagement- und Compliance Team eine strenge Bewertung der Hauptrisiken von AUTO1 durchgeführt, einschließlich derer, die unsere Nachhaltigkeitsstrategie beeinflussen könnten. Unsere interne Due-Diligence-Prüfung umfasst eine ganzheitliche ESG-Risikobewertung, die Schlüsselbereiche wie Umwelt, Arbeitnehmende und Soziales, Menschenrechte und die Sorgfaltspflichten in der Lieferkette berücksichtigt.

Bei dieser Bewertung werden sowohl die Auswirkungen dieser Risiken auf AUTO1 als auch die Wechselwirkungen unse-

rer Geschäftstätigkeit mit diesen Risikobereichen umfassend analysiert.

Darüber hinaus wird jährlich eine spezielle Bewertung der Compliance-Risiken durchgeführt, die fester Bestandteil unseres Risikomanagementprotokolls ist. Dies gewährleistet eine kontinuierliche Überprüfung unseres Nachhaltigkeitsrisikoprofils aus rechtlicher Sicht und stärkt unser Engagement für die Einhaltung rechtlicher Standards und bewährter Verfahren.

Im Zuge der Aktualisierung des Deutschen Corporate Governance Kodex im Jahr 2022 hat AUTO1 seine Praktiken aktualisiert, um die erweiterten Richtlinien vollständig zu erfüllen, insbesondere die auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Empfehlungen A2 und A3. Diese Richtlinien unterstreichen, wie wichtig es ist, ökologische und soziale Nachhaltigkeitsaspekte in die Unternehmensführung und -kontrolle einzubinden.

Zur Überwachung nichtfinanzieller Risiken haben wir ein zuverlässiges Whistleblowing-System eingeführt, das durch unsere Whistleblowing-Richtlinie ergänzt wird und sowohl interne als auch externe Meldungen ermöglicht. Im Jahr 2023 wurden über diesen Kanal keine wesentlichen Risiken gemeldet.

Im Berichtszeitraum wurden keine nichtfinanziellen 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 Nachhaltigkeitsinitiativen vor und koordiniert diese mit der jeweiligen Abteilungsleitung auf Senior Vice President (SVP)- und Vice President (VP)-Ebene sowie mit unserem speziellen ESG Team, das sich aus leitenden Mitarbeitenden aus den Bereichen Personal, Kommunikation, Investor Relations, Rechnungswesen und Recht / Compliance zusammensetzt. Diese Governance-Struktur wurde unter dem Kontrollorgan des ESG-Ausschusses des Aufsichtsrats eingerichtet.

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

ESG-Botschafter

Ergänzend zu unserer übergeordneten ESG-Governance-Struktur, haben wir drei Personen als ESG-Botschafter ernannt. Sie tragen als Team die Hauptverantwortung für die Entwicklung und Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie auf allen Managementebenen innerhalb der Gruppe.



“ Ich bin davon überzeugt, dass eine starke Leistung bei den ESG-Faktoren unser Geschäft widerstandsfähiger macht und langfristig positiv zu unserer finanziellen Leistung beitragen wird. ”

Markus Boser
Chief Financial Officer

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



“ ESG-Praktiken sind für uns von grundlegender Bedeutung. Indem wir sie in unsere tägliche Arbeit integrieren, steigern wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden und ziehen zukunftsorientierte Talente an. Es geht darum, einen bedeutenden Unterschied zu machen und gleichzeitig unser Unternehmen voranzubringen. ”

Anne-Kristin Müller
SVP Operations & People

Verantwortlich für die ESG-Strategie auf VP-Ebene. Ihr Hauptaugenmerk liegt auf den Bereichen “Mitarbeitende und Gemeinschaft”.



“ Es ist wichtig, dass wir uns selbst in die Verantwortung nehmen und die Ausrichtung unseres Unternehmens kontinuierlich mit ESG-Rahmenwerken wie den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung abstimmen. Die Möglichkeit, unsere ESG-Bemühungen und -Fortschritte innerhalb meiner Rolle zu gestalten, ist sehr lohnend, weil ich mit Menschen in unserer gesamten Organisation zusammenarbeiten kann, die mit Leidenschaft eine treibende Kraft für positive Veränderungen sind. ”

Matthew Perry

Head of Legal Compliance

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

		Wesentlich nach HGB	Wesentlich für AUTO1
02	EINE NACHRICHT UNSERES VORSTANDS		●
04	UNTERNEHMENSPROFIL	●	●
06	EINLEITUNG DES ESG-BERICHTS	●	●
01	14 DIE UMWELT		
15	Unser Geschäftsmodell	●	●
17	Jährliches CO2-Audit	●	●
20	Initiativen zur Entlastung	●	●
21	EU-Taxonomie	●	●
02	26 UNSERE MITARBEITENDEN		
27	Einführung	●	●
28	Abbildung Vielfalt / Info	●	●
29	SASB Arbeitnehmenden KPIs	●	●
30	Initiativen unserer Mitarbeitenden	●	●
36	Engagement der Mitarbeitenden und Feedback	●	●
37	Einfluss als Arbeitgeber	●	●
38	Sicherheit und Gesundheit	●	●
03	39 UNSERE GESELLSCHAFT		
40	Auswirkungen auf die Mobilität	●	●
42	Transparenz und Verbraucherschutz	●	●
44	Wirtschaftliches Wachstum und Digitalisierung	●	●
46	Soziale Initiativen		●
04	48 UNSERE GOVERNANCE		
49	Einführung	●	●
50	Abbildung "ESG-Governance"	●	●
51	Compliance	●	●
57	AUSBLICK	●	●

01

DIE UMWELT



- SEITE 15 **Unser Geschäftsmodell**
- SEITE 17 **Jährliches CO2-Audit**
- SEITE 20 **Initiativen zur Entlastung**
- SEITE 21 **EU-Taxonomie**

Unser Geschäftsmodell

Als E-Commerce-Unternehmen mit einem europaweiten Distributionsnetz hat unsere Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf die Umwelt. Auch Gebrauchtfahrzeuge, unser Hauptprodukt, beeinflussen die Umwelt. Wir sind aber davon überzeugt, dass wir mit unserem einzigartigen Geschäftsmodell die Kreislaufwirtschaft fördern und dass wir eine entscheidende Rolle spielen, wenn es darum geht, den ökologischen Fußabdruck der automobilen Mobilität in Europa zu verringern. Gleichzeitig mindern wir weitere mit dieser Branche historisch verbundene Nachhaltigkeitsrisiken.

Das europaweite Vertriebs- und Distributionsnetz von AUTO1 sowie unsere einzigartige Gebrauchtwagen-Datenbank ermöglichen es, dass Autos in Regionen verkauft werden, in denen sie gebraucht werden, anstatt sie zu verschrotten. Als führende Handelsplattform bieten wir daher die Auswahl, den Preis und die Effizienz, die für einen gesellschaftsübergreifenden Übergang zu umweltfreundlicheren Fahrzeugen erforderlich sind. So kann beispielsweise ein 14 Jahre alter VW Passat, der in den Niederlanden verschrottet werden würde, nach Spanien verkauft werden, wo er einen 27 Jahre alten Audi A4 ersetzt, der wiederum verschrottet wird. In den Niederlanden wird das Fahrzeug durch ein Elektrofahrzeug (EV) ersetzt. Dieses Beispiel verdeutlicht unser Modell der Kreis-

laufwirtschaft und zeigt, dass ein altes Fahrzeug mit Verbrennungsmotor (ICE) durch ein E-Fahrzeug ersetzt wird, während ein noch älteres ICE-Fahrzeug verschrottet und durch ein jüngeres und deshalb umweltfreundlicheres Auto ersetzt wird.

Aufgrund unseres Geschäftsmodells sind wir Teil der Kreislaufwirtschaft. Das von uns gehandelte Auto ist im Durchschnitt jünger als das Durchschnittsalter der Fahrzeuge in den meisten EU-Ländern.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 die im Durchschnitt gehandelten Fahrzeuge in Europa. So ersetzen wir weniger umweltfreundliche Autos durch jüngere und umweltfreundlichere Fahrzeuge. Wir gehen davon aus, dass dieser Anteil kontinuierlich zunehmen wird, da wir unser Retail-Geschäft mit unserer Marke Autohero, bei der wir jüngere und daher umweltfreundlichere Fahrzeuge verkaufen, weiter ausbauen.

¹ <https://www.acea.auto/files/ACEA-report-vehicles-in-use-europe-2023.pdf>



Wir glauben auch, dass AUTO1 eine wichtige Rolle bei der Sicherstellung dieses Übergangs spielen wird, wenn der Marktanteil von Elektrofahrzeugen im europäischen Automobilpark steigt. Durch unsere einzigartig transparente und datengestützte Preisgestaltung für Elektrofahrzeuge sowie eine größere Auswahl an Elektrofahrzeugen wird AUTO1 sicherstellen, dass Besitzer 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. Die Schaffung eines liquiden und transparenten Marktes für Elektrofahrzeuge ist unserer Ansicht nach eines der grundlegenden Elemente in der aktuellen Energiewende. Mit unserer Arbeit leisten wir schon jetzt einen Beitrag dazu. Mit rund 20.000 verkauften Elektro- und Hybridfahrzeugen im Jahr 2023 sind wir wahrscheinlich einer der größten Händler von Elektro- und Hybridfahrzeugen in der EU.

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

Indem AUTO1 Gebrauchtwagen von Unternehmen und Verbrauchern kauft und weiterverkauft, verlängern wir den Lebenszyklus von Gebrauchtwagen. So tragen wir dazu bei, den Bedarf an und die Produktion von Neuwagen sowie die damit verbundenen erheblichen ökologischen und sozialen Auswirkungen zu verringern.

Ein neu produziertes Mittelklassefahrzeug mit Verbrennungsmotor hat einen CO₂-Ausstoß von ca. 5,6 t, obwohl manche behaupten, dass er wesentlich höher ist.² Mit anderen Worten: Die Produktion von Fahrzeugen ist eine erhebliche Belastung für die Umwelt, sogar bevor die Emissionen aus der Nutzung berücksichtigt werden. Die durch Nutzung des 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. Wir denken, dass dieses Konzept für den Großteil unseres Autohero-Segments gilt, über das wir junge und aufbereitete Fahrzeuge verkaufen.

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 Autoherstellung 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 zahlreiche soziale und menschenrechtliche Risiken, die gewöhnlich bei komplexen Produktionsketten, wie etwa beim Bergbau, in der Produktion, bei internationalen Transporten und bei der Montage entstehen.

Im Gegensatz dazu vermeidet unser Geschäftsmodell diese breiteren ökologischen und sozialen Risiken, indem wir keine Fahrzeuge neu produzieren und den Bedarf an und die Produktion von Neuwagen reduzieren. Durch die Verlängerung des Lebenszyklus von Autos beschränken wir die durch die Nutzung verursachten Auswirkungen auf die Umwelt, was wiederum eng mit dem Stand der Technik verknüpft ist. 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 alle Autohero-Fahrzeuge, bereiten sie auf und, falls erforderlich, reparieren wir sie, bevor wir die Fahrzeuge verkaufen. 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 Produktionszentren sorgen dafür, dass die bereits im Verkehr befindlichen Fahrzeuge ihre Effizienz- und Emissionsstandards einhalten. So verringern wir das Risiko einer erhöhten Umweltbelastung aufgrund von Wartungsmängeln und Alter.

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

Jährliches CO2-Audit

Wir haben 2021 unser erstes konzernweites CO2-Audit durchgeführt, um unsere aktuellen Treibhausgasemissionen zu messen und einen Überblick über unsere wichtigsten Emissionsquellen zu erhalten. Das Audit haben wir 2022 und 2023 wiederholt, um die Grundlage für unsere CO2-Kompensationsstrategie zu schaffen.

Als Ergebnis wurden die wichtigsten Quellen der Treibhausgasemissionen identifiziert, die unserer Geschäftsaktivität für das Jahr 2023 zugeordnet werden können. In unserer Analyse berücksichtigten wir interne und externe Treibhausgasemissionen und stellten die Ergebnisse dem ESG-Ausschuss des Aufsichtsrats vor, der die Umsetzung der nachstehend beschriebenen Strategie zur CO2-Reduzierung beaufsichtigt hat.

Beurteilungskriterien

Wir haben bei unserer Emissionsanalyse für das Jahr 2023 den GHG Protocol Standard zugrunde gelegt.

Als die führende europäische Plattform für Gebrauchtwagen handeln wir mit Autos, stellen aber selbst keine Fahrzeuge her. Unsere Emissionen umfassen daher keine Produktlebenszyklus-Emissionen, da Automobilhersteller diese bereits berücksichtigen und zunehmend ausgleichen. Nachdem wir alle wesentlichen Quellen für unsere Emissionen neu bewertet haben, haben wir Daten für alle Marken und Länder, in denen wir tätig sind, für das Jahr 2023 erhoben. Nach der Erhebungsphase berechneten wir die CO2e-Menge für jede identifizierte Quelle unter Verwendung etablierter Emissionsfaktoren.

Treibhausgasemissionen pro Bereich (mtCO2e)

	FY19	FY20	FY21	FY22	FY23
Scope 1	2,278	3,101	4,404	7,018	7,886
Einkaufsorganisation (WKDA)	319	170	136	172	132
Interne Logistik	0	15	493	3,172	2,396
Interne Aufbereitung	0	32	126	598	2,212
Interne Fahrzeugflotte	1,008	1,013	1,764	1,249	1,051
Immobilien	951	1,871	1,885	1,827	2,095
Scope 2	222	242	278	312	448
Eingekaufte Energie	222	242	278	312	448
Scope 3	158,095	175,591	264,567	286,003	227,232
IT	22	16	7	1	1
Externe Aufbereitung	173	513	1.961	2.393	553
Externe Logistik	157,641	174,826	262,164	283,293	226,525
Geschäftsreisen	259	235	434	317	153
Total	160,595	178,933	269,249	293,334	235,565

Alle angegebenen Werte entsprechen den besten verfügbaren Daten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Historische Daten werden korrigiert, wenn zusätzliche Daten verfügbar werden.

Nachfolgend beschreiben wir detailliert die einzelnen Emissionsquellen und geben einen Überblick über die Maßnahmen, die wir zu deren Minderung ergriffen haben:

Erworbene Energie & Immobilien

Im Jahr 2023 stiegen unsere Emissionen durch zugekaufte Energie aufgrund des Insourcing unserer Produktionskapazitäten. Unser langfristiges Ziel ist es, 100 % erneuerbare Energie zu beziehen. Gleichzeitig haben wir laufende Projekte zur Reduzierung unseres Stromverbrauchs, z.B. die Umstellung auf LED-Beleuchtungslösungen.

IT

Unsere interne Server-Infrastruktur wird vollständig mit erneuerbaren Energien betrieben. Dennoch erzeugen wir Treibhausgase durch unsere externen Server, die von Amazon Web Services (AWS) betrieben werden. Wir gehen davon aus, dass diese Emissionen weiter sinken und Null erreichen werden, da AWS sich auf das unternehmensweite Ziel von Amazon zubewegt, bis 2025 100 Prozent erneuerbare Energie zu nutzen. Im Jahr 2023 bleiben unsere Emissionen aufgrund unserer internen und externen IT-Infrastruktur gleich.

Interne Fahrzeugflotte

Im Laufe des Jahres 2023 haben wir nach einer Bestandsaufnahme unseren internen Fuhrpark mit dem Ziel der Emissionsreduzierung verkleinert, was zu einer Verringerung der durch unsere Fahrzeuge verursachten Emissionen führte.

Geschäftsreisen

Durch unsere Reisekostenrichtlinie haben wir geschäftliche Reisetätigkeiten geregelt und auf ein absolutes Minimum reduziert. Außerdem ermutigen wir alle unsere Mitarbeitenden dazu, sich virtuell zu treffen und nicht notwendige Reisen nach Möglichkeit zu vermeiden. Für nicht vermeidbare Fahrten nutzen unsere Mitarbeitenden, wenn immer es möglich ist, umweltfreundliche Verkehrsmittel wie Züge oder andere öffentliche Verkehrsmittel. Im Jahr 2023 führte dies zu einer Reduktion der geschäftsreisebedingten Emissionen.

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. Im Jahr 2023 sanken unsere beschaffungsbezogenen Emissionen durch den Kauf von Fahrzeugen mit geringeren Emissionen.

Interne Produktion

Die Aufbereitung aller über Autohero verkauften Fahrzeuge unterliegt unserem Gebrauchtwagen-Produktionsprozess. Da unser Autohero-Geschäft wächst, erwarten wir in den nächsten Jahren erheblich mehr Fahrzeuge zu verkaufen und aufzubereiten. Um diesen Prozess zu optimieren und auf Nachhaltigkeit zu maximieren, entschieden wir uns für das Insourcing des Produktionsprozesses. Wir glauben, dass unser eigener Produktionsprozess effizienter und umweltfreundlicher ist als der externe Aufbereitungsprozess. Da wir das Fahrzeug bereits untersucht haben und den für den jeweiligen Markt geeigneten Aufbereitungsgrad kennen, können wir die Aufbereitung in weniger Schritten durchführen und somit die Umwelt weniger belasten. Die interne Aufbereitung ermöglicht uns, unsere Emissionen genau festzuhalten und die Emissionen pro aufbereitetem Fahrzeug zu senken. Im Jahr 2023 haben wir unsere interne Produktion ausgebaut, was zu einem Anstieg der produktionsbedingten Emissionen führte.

Externe Produktion

Im Jahr 2023 haben wir die durch unsere ausgelagerte Produktion verursachten Emissionen erfolgreich reduziert, indem wir den Produktionsprozess zunehmend in unsere eigene Produktion verlagert und die Effizienz unserer internen Produktionskapazitäten verbessert haben.

Externe Logistik

Die externe Logistik trägt bei weitem am meisten zu unseren gesamten Treibhausgasemissionen bei. Im Jahr 2023 lag ihr Anteil bei 96 %. Im Jahr 2023 wurden über 99 % unserer Logistikemissionen durch den Transport unserer Fahrzeuge von externen Partnern verursacht, während weniger als 1 % durch unsere eigenen Glas-Lkw für die Lieferung nach Hause entstanden sind. Wir konnten im Jahr 2023 die durch unsere externe Logistik verursachten Emissionen erfolgreich reduzieren.

Interne Logistik

Im Jahr 2023 haben wir die durch unsere interne Logistik, d.h. Autohero Glass Trucks, verursachten Emissionen reduziert, indem wir die Lieferrouten optimiert und mehr Lieferzentren eingerichtet haben.

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 Gebrauchtwagen-Produktionsstandorte. Die Verpflichtung zur Klimaneutralität nehmen wir dennoch sehr ernst und ergreifen zusätzlich zu den oben beschriebenen Maßnahmen die folgenden Schritte:



Initiativen zur Entlastung



Die Senkung unseres ökologischen Fußabdrucks und damit auch der CO₂-Bilanz ist für uns als Unternehmen von zentraler Bedeutung. Um unsere Emissionen zu reduzieren, reichen unsere derzeitigen Bemühungen zur Emissionsreduzierung aber nicht aus, da wir technologische Entwicklungen benötigen, die noch nicht verfügbar oder nur schwer absehbar sind. Grundsätzlich setzt unser Logistiknetzwerk für den Transport der Fahrzeuge zu unseren Kund*innen auf den Einsatz von Lkw. Die hauptsächliche Einschränkung besteht darin, dass derzeit so gut wie keine Hybrid- oder Elektrofahrzeuge von Logistikunternehmen eingesetzt werden. Wir gehen jedoch davon aus, dass sich dies mit dem Fortschreiten solcher Pilotprojekte und der Arbeit unserer Partner an Lösungen zur Emissionsreduzierung in ihrem Transportangebot ändern wird.

Nichtsdestotrotz haben wir uns als Unternehmen dazu verpflichtet, so schnell wie möglich auf eine klimaneutrale Logistik umzustellen. Das bedeutet, dass wir beim Kauf unserer Autohero-Lieferflotte sicherstellen, dass jeder Lkw den höchsten verfügbaren Emissionsstandard für Verbrennungsmotoren aufweist. Wir gehen davon aus, dass wir im Laufe der Zeit die bestehende Autohero-Lieferflotte durch klimaneutrale Fahrzeuge ersetzen und mit Logistikpartnern in unserem B2B-Segment zusammenarbeiten werden, die ebenfalls auf diese Technologien umstellen. Bis dahin konzentrieren wir uns darauf, unseren ökologischen Fußabdruck so weit wie möglich zu reduzieren und haben eine Reihe von Maßnahmen zur Verbesserung unserer Umweltbilanz ergriffen.

Fallstudie: Niederlande

Wir möchten die Aufmerksamkeit auf eine unserer Tochtergesellschaften und ihre lokalen Fortschritte in Bezug auf ESG richten. Unsere niederländische Tochtergesellschaft hat nicht

nur erfolgreich zur Umsetzung der ESG-Initiativen der Gruppe beigetragen, sondern auch mehrere bemerkenswerte lokale Initiativen eingeführt, insbesondere zur Unterstützung der umweltbezogenen Säule "E" des Rahmenwerks für ESG.

So haben die Niederlande die folgenden innovativen Projekte zur Förderung umweltbewusster Verbesserungen eingeführt, umgesetzt und realisiert:

- Einführung eines "Bag-in-Box-Konzepts" in unseren Produktionszentren, wodurch bei der Verwendung von Motoröl keine Abfälle und kein Restöl verursacht werden.
- Installation eines Klimatisierungssystems mit Wärmepumpen, die das gesamte Gebäude durch den Einsatz von Solarpaneelen sowohl kühlen als auch heizen können.
- Installation einer Moonwalk-Lackiermaschine, die dank der präzisen Dosierung durch den Mischroboter keine Farbreste bei der Lackierung von Autos hinterlässt.
- Entscheidung für eine gesonderte Mülltrennung von Papier, Kunststoff, Metalle, Batterien, Autoreifen und Holz.
- Ausschließliche Verwendung von Recyclingpapier für alle Zwecke.
- Ausstattung des gesamten Gebäudes mit LED-Beleuchtung, was erhebliche Einsparungen im Energieverbrauch ermöglicht.
- Unsere Lackierkabinen werden ausschließlich mit Strom betrieben, so dass sie nicht mit Gas betankt werden müssen, wie es bei den meisten traditionellen Reparaturwerkstätten der Fall ist.
- Die Wahl eines Lacks, der bei Raumtemperatur schnell trocknet, was die Installation von Trockenkabinen überflüssig macht, die traditionell mit Gas betrieben werden.

Und schließlich sind die Niederlande dabei, 182 Solarpaneele auf ihrem Betriebsgelände zu installieren, mit denen sie auf Energieneutralität hinarbeiten wollen.

EU-Taxonomie

Am 18. Juni 2020 trat die EU-Taxonomie (Verordnung (EU) 2020/852) als wichtigstes Instrument der EU in Kraft, um sicherzustellen, dass der European Green Deal und die Klimaziele der EU erreicht werden. Mit dem Ziel, Investitionen in nachhaltige Projekte und Aktivitäten zu erleichtern, klassifiziert die Taxonomie systematisch ökologisch nachhaltige wirtschaftliche Aktivitäten. Ihr Ziel ist es, Unternehmen, Investoren und politischen Entscheidungsträgern Definitionen dafür an die Hand zu geben, welche Wirtschaftstätigkeiten als ökologisch nachhaltig angesehen werden können, Transparenz in Bezug auf die Umweltbemühungen von Unternehmen zu schaffen und Greenwashing zu bekämpfen, indem sie die Offenlegung von Leistungskennzahlen (KPIs) vorschreibt.

Gemäß den erlassenen Vorschriften und den technischen Prüfkriterien verlangt die Taxonomie von allen börsennotierten Unternehmen die Angabe von drei KPIs, die den relevanten wirtschaftlichen Aktivitäten zuzuordnen sind. Dies bedeutet, dass die Unternehmen verpflichtet sind, den Prozentsatz ihres taxonomiefähigen und taxomiekonformen Umsatzes, der Investitionsausgaben (CapEx) und der Betriebsausgaben (OpEx) offenzulegen. Mit anderen Worten: AUTO1 ist verpflichtet zu prüfen, ob seine wirtschaftlichen Tätigkeiten in der Taxonomie aufgeführt sind (Fähigkeit) und ob die aufgeführten Tätigkeiten mit den für diese Tätigkeiten festgelegten Anforderungen übereinstimmen (Konformität).

Die Taxonomieverordnung legt sechs Umweltziele fest, zu denen eine Wirtschaftstätigkeit beitragen muss, um als nachhaltig eingestuft zu werden:

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

In der Taxonomie-Berichterstattung des Vorjahres (2022) mussten die berichtenden Unternehmen über die Fähigkeit und Konformität ihrer Aktivitäten in Bezug auf die Bekämpfung des Klimawandels und der Anpassung an den Klimawandel berichten. Für die Berichterstattung des laufenden Jahres müssen die Unternehmen auch die verbleibenden Ziele, d. h. die Ziele 3 bis 6, berücksichtigen, um zu beurteilen, ob ihre Aktivitäten taxonomiefähig sind. Eine Bewertung der Taxonomie-Konformität ist nicht für alle Ziele im Jahr 2023 verpflichtend.

Taxonomiefähigkeit

Eine wirtschaftliche Tätigkeit ist taxonomiefähig, wenn sie in den delegierten Rechtsvorschriften der Taxonomie beschrieben ist. Wie oben dargelegt, hat AUTO1 im Jahr 2023 die Umweltziele 3 bis 6 - und insbesondere Ziel 4: Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft - in seine Taxonomie-Berichterstattung aufgenommen.

In unserem Bericht 2022 wurden unsere Geschäftsaktivitäten den folgenden vier wirtschaftlichen Aktivitäten zugeordnet, die sich auf die ersten beiden Umweltziele bezogen:

- 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.

Aufgrund der Veröffentlichung von Screening-Kriterien für die verbleibenden vier Umweltziele stufen wir unsere primären Geschäftsaktivitäten nun ausschließlich der folgenden Wirtschaftstätigkeit zu:

- 5.4 Verkauf von Gebrauchtwagen

Unser Geschäftsmodell bezieht sich auf den Verkauf von Gebrauchtwagen, die zuvor von den Kunden bestimmungsgemäß verwendet wurden - einschließlich Fahrzeugen, die nach Reparatur oder Wiederaufarbeitung verkauft werden. Diese Wirtschaftstätigkeit ermöglicht den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft.

AUTO1 hat zwei Segmente: Merchant und Retail. In unserem Merchant-Segment werden Gebrauchtwagen an gewerbliche Autohändler über AUTO1.com verkauft. Unser Retail-Segment konzentriert sich unter der Marke Autohero auf den Verkauf von Gebrauchtwagen an Privatkund*innen. Der größte Teil des Umsatzes dieser beiden Segmente fällt in den Bereich dieses Ziels (5.4 Verkauf von Gebrauchtwagen).

Der Anteil der taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten an unserem Gesamtumsatz, CapEx und OpEx für das Jahr 2023 beläuft sich auf³:

Erläuterungen zu unseren Angaben:

³ Wir weisen darauf hin, dass der Anteil des Gesamtumsatzes, der CapEx und der OpEx, der sich auf die förderfähigen Aktivitäten bezieht, als Gesamtwert für die AUTO1 Group dargestellt wird. Mit anderen Worten, es wurden nur taxonomiefähige Umsätze, CapEx und OpEx, wie sie für die Aktivität 5.4 Verkauf von Gebrauchtwagen aufgeführt sind, offengelegt.

Umsatz

98%
2022: 18%

2% nicht taxonomiefähig
2022: 82% nicht taxonomiefähig



CapEx

100%
2022: 73%

0% nicht taxonomiefähig
2022: 27% nicht taxonomiefähig



OpEx

100%
2022: 61%

0% nicht taxonomiefähig
2022: 39% nicht taxonomiefähig



Umsatzerlöse

Der Umsatz besteht aus den in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) - IAS 1.82(a) für beide AUTO1-Segmente ausgewiesenen Umsatzerlösen und schließt bestimmte Teile aus, die nicht direkt mit dem Verkauf von Fahrzeugen verbunden sind, z. B. Erlöse aus Transportdienstleistungen⁴.

Im Vorjahr fielen die Umsatzerlöse des Retail-Segments unter die Aktivität 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien, da diese Fahrzeuge von uns aufbereitet werden, bevor wir sie an unsere Kund*innen verkaufen. Die Einnahmen aus dem Verkauf von Fahrzeugen innerhalb unseres Merchant-Segments wurden als nicht-taxonomiefähig betrachtet, da die Fahrzeuge nicht aufbereitet werden. Die Einnahmen aus dem Transport von Fahrzeugen zu den Kund*innen wurden der Tätigkeit 6.6 Güterbeförderungsleistungen auf der Straße zugeordnet.

Investitionsausgaben (CapEx)

Die Investitionsausgaben werden gemäß IAS 16.73(e) (i) und (iii), IAS 38.118(e) (i) und IFRS 16.53(h) berechnet⁵. Der für Taxonomie-zwecke verwendete KPI umfasst Zugänge zu immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und Nutzungsrechten. Aufgrund der Definition von CapEx in der EU-Taxonomie werden wesentliche Teile unserer Investitionen als taxonomiefähig eingestuft. Der hohe CapEx KPI lässt sich dadurch erklären, dass unsere taxonomiefähigen Investitionen, d.h. die Zugänge zu den Nutzungsrechten aus der Vermietung von Gebäuden und die Investitionen in Autohero-Glaswagen, dem taxonomiefähigen Hauptgeschäft (Wirtschaftsaktivität 5.4 Verkauf von Gebrauchsgütern) von AUTO1 dienen und daher selbst taxonomiefähig sind. Im Vorjahr wurden 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 als relevant für die Zwecke des KPI CapEx angesehen.

Operative Ausgaben (OpEx)

OpEx umfasst nicht aktivierte Entwicklungskosten, Instandhaltungs- und Betriebskosten für Gebäude und Aufwendungen für kurzfristige Leasingverträge⁶. Im Jahr 2023 beziehen sich alle taxonomiefähigen OpEx auf 5.4 Verkauf von Gebrauchsgütern. In unserem Bericht für 2022 wurden die Kosten für die Aufbereitung der verkauften Autohero-Fahrzeuge der Aktivität 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien zugeordnet.

⁴ Weitere Informationen zum Umsatz sind im Abschnitt 5.1 der Umsatzerlöse im Konzernabschluss 2023 der Gruppe enthalten.

⁵ Bezüglich der Angaben zu den Investitionen verweisen wir auf die Abschnitte 6.1 und 6.2 des Konzernabschlusses 2023 der Gruppe.

⁶ Die in der Taxonomieverordnung definierte Kennzahl OpEx wird von AUTO1 nicht für die Finanzberichterstattung verwendet.

Konformität

Obwohl das Geschäftsmodell von AUTO1 im Wesentlichen in den Anwendungsbereich der Taxonomie fällt, wie im vorstehenden Abschnitt über die Taxonomie-Fähigkeit hervorgehoben wurde, erfordert eine eingehende Bewertung der Fähigkeit erhebliche zusätzliche Ressourcen und ist im Jahr 2023 für das Umweltziel 4 (Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft), in dem wir unser Geschäftsmodell sehen, nicht obligatorisch. Wir haben daher für das Geschäftsjahr 2023 keine Bewertung der Taxonomie-Konformität vorgenommen, werden dies aber voraussichtlich im Jahr 2024 tun.

Annex

Turnover																			
DNSH-Kriterien																			
Kriterien für einen wesentlichen Beitrag																			
	Code(s)	Umsatz	Umsatzanteil	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Mindestschutz	Anteil taxonomiefähiger Umsatz 2022	Kategorie (ermöglichte Tätigkeit)	Kategorie (Übergangstätigkeit)
Wirtschaftstätigkeiten		in Mio. €	in %	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N	J;N	J;N	J;N	J;N	J;N	J;N	in %	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																			
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)	-	0,0	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe A.1	-	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	-	-
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																			
Verkauf von Verbrauchsgütern	CE 5,4	5.356,2	98%	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL								n.a.		
Summe A.2	-	5.356,2	98%														-		
Summe (A.1+A.2)	-	5.356,2	98%														-		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten	-	106,6	2%																
Summe (A+B)	-	5.462,8	100%																

CapEx

DNSH-Kriterien

Kriterien für einen wesentlichen Beitrag

	Code(s)	CapEx	CapEx-Anteil	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Mindestschutz	Anteil taxonomiefähiger CapEx 2022	Kategorie (ermöglichte Tätigkeit)	Kategorie (Übergangstätigkeit)
		in Mio. €	in %	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	in %	E	T
Wirtschaftstätigkeiten	-																		
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																			
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)	-	0	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe A.1	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	-	-
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																			
Verkauf von Gebrauchsgütern	CE 5,4	52.158	100%	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL								n.a.		
Summe A.2	-	52.158	100%														-		
Summe (A.1+A.2)	-	52.158	100%														-		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten	-	0	0%																
Summe (A+B)	-	52.158	100%																

OpEx

DNSH-Kriterien

Kriterien für einen wesentlichen Beitrag

	Code(s)	OpEx	OpEx-Anteil	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Mindestschutz	Anteil taxonomiefähiger OpEx 2022	Kategorie (ermöglichte Tätigkeit)	Kategorie (Übergangstätigkeit)	
		in Mio. €	in %	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N; N/EL	J;N	J;N	J;N	J;N	J;N	J;N	J;N	in %	E	T	
Wirtschaftstätigkeiten	-																			
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																				
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)	-	0	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe A.1	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	-	-	-
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																				
Verkauf von Gebrauchsgütern	CE 5,4	33.122	100%	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL								n.a.			
Summe A.2	-	33.122	100%														-			
Summe (A.1+A.2)	-	33.122	100%														-			
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten	-	0	0%																	
Summe (A+B)	-	33.122	100%																	

02

UNSERE MITARBEITENDEN



- SEITE 27 **Einführung**
- SEITE 28 **Abbildung Vielfalt / Info**
- SEITE 29 **SASB Labor KPIs**
- SEITE 30 **Initiativen unserer Mitarbeitenden**
- SEITE 36 **Engagement der Mitarbeitenden und Feedback**
- SEITE 37 **Einfluss als Arbeitgeber**
- SEITE 38 **Sicherheit und Gesundheit**

Einführung



Neben unseren Auswirkungen auf die Umwelt sind auch unsere Mitarbeitenden ein entscheidender Faktor in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir nehmen das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden sehr ernst und bemühen uns stets, für unsere rund 5.500 Mitarbeitenden eine optimale Arbeitsumgebung zu schaffen. Die Vielfalt unserer Belegschaft, Inklusion am Arbeitsplatz, Arbeitsplätze ohne Belästigung und Diskriminierung, Weiterbildungsangebote sowie Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden sind für uns Themen von größter Bedeutung und spielen eine entscheidende Rolle in unserer Geschäftsstrategie.

Diese Verpflichtung ist in unserem Verhaltenskodex verankert, der im Einklang mit dem allgemeinen Abschnitt über korrektes Verhalten vor kurzem um einen Abschnitt über das Verbot von Belästigung ergänzt wurde, wodurch sich der Abschnitt über Nachhaltigkeit erweiterte. Dies unterstreicht unser Engagement für ein kollaboratives, vielfältiges und integratives Arbeitsumfeld sowie das Thema Nachhaltigkeit und zeigt, dass wir es als integralen Bestandteil unseres anhaltenden Erfolgs betrachten.

Im Jahr 2023 haben wir das Ziel der Eingliederung in unsere Belegschaft weiter fortgesetzt, einschließlich der Eingliederung von Menschen mit Einschränkungen. Und wir wollen unsere Aufmerksamkeit für dieses Thema weiter steigern. Bei einem Anteil von 9,4 % Menschen mit Einschränkungen an der Gesamtbevölkerung in Deutschland sehen wir ein großes Potenzial, Talente zu gewinnen und uns gleichzeitig klar für

Vielfalt und Inklusion zu positionieren.

Um unser Ziel zu verwirklichen, die AUTO1 Group zu einem inklusiven Arbeitsplatz zu machen, an dem Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund eine erfüllende Arbeit finden können, haben wir unsere Zusammenarbeit mit einem spezialisierten Workshop begonnen und eine Inklusionsstrategie unter der Anleitung der "Inklupreneur"-Experten der Hilfswerft GmbH entwickelt. Im Laufe des Jahres nahm unser People Team an Schulungen teil, um Verbesserungsmöglichkeiten innerhalb unserer Prozesse zu erkennen, Vorurteile abzubauen und unser Wissen rund um das Thema zu erweitern. Mit all diesen Erkenntnissen arbeiten wir weiter an unseren Personalprozessen, sorgen dank der Unterstützung von Inklupreneur für mehr Bewusstsein in der gesamten Gruppe und konnten durch dieses Projekt bereits die Zahl der Mitarbeitenden mit Einschränkungen erhöhen.

Grundsätzlich halten wir das geltende Arbeitsrecht ein und haben unsere Mitarbeitenden bei der Gründung eines SE-Betriebsrats unterstützt, der im Laufe des Jahres 2021 gebildet wurde. Über dieses Vertretungsgremium stehen unsere internationalen Arbeitnehmervertretenden in direktem Kontakt mit dem Vorstand und können an Entscheidungen zu grenzüberschreitenden Themen der Mitarbeitenden mitwirken. Als paneuropäisches Unternehmen sind wir der Ansicht, dass dies konzernübergreifend die Arbeitnehmendenvertretung ermöglicht hat und sind stolz darauf, dass unsere Mitarbeitenden in strategische Unternehmensentscheidungen eingebunden sind.

Darüber hinaus haben wir eine Vielzahl von Maßnahmen zur Personalführung implementiert, um zu gewährleisten, dass wir unseren Mitarbeitenden optimale Arbeitsbedingungen bieten. So haben wir beispielsweise alle Positionen nach Jobfamilien gruppiert und ähnliche Aufgaben in gemeinsamen Jobfamilien zusammengefasst. So haben wir eine Struktur geschaffen, 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 und standardisierten Leistungsbeurteilungsprozess beinhaltet, der für die gesamte Gruppe gilt.

Abbildung Vielfalt / Info

ca.

5.500

Mitarbeitende



22

Länder mit Mitar-
beitenden



102

Unterschiedliche
Nationalitäten



Mitarbeitende

Männer

69,6%



Frauen

27,5%



Nicht angegeben

2,9%

22,9%

Frauen in
Führungspositionen



Selbstverpflichtung *bis 2026*

25%

Frauen im
Vorstand



25%

in den beiden
Managementebenen
unter dem Vorstand



SASB Arbeitnehmenden KPIs

Durchschnittlicher
Stundenlohn

14,71€



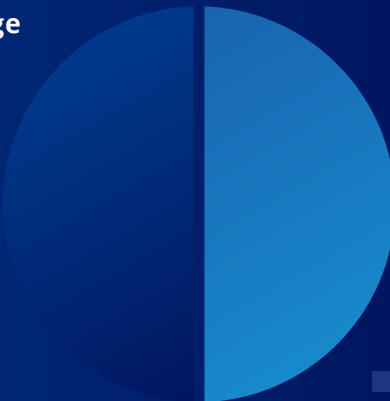
Mindestlohn
Mitarbeitende

0%



Freiwillige und Unfreiwillige
Fluktuationsrate
Mitarbeitende

50%



50%

■ Freiwillig ■ Unfreiwillig

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

19K



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

0





Initiativen unserer Mitarbeitenden

Einleitung

Im Rahmen der Initiativen unserer Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden betrachten.

Im Rahmen unseres Employee-Involvement-Programms bieten wir unseren Mitarbeitenden verschiedene Möglichkeiten, sich sowohl im Unternehmen als auch für andere Projekte und externe Nachhaltigkeitsinitiativen zu engagieren.

Training

Onboarding

Unser Schulungs- und Entwicklungsprogramm für Mitarbeitende beginnt mit dem Onboarding. In diesen Online Sessions erhalten neue Mitarbeitende erste Informationen zum Unternehmen, wobei wir uns auf unser Geschäftsmodell, unsere Mission, unsere Werte und unsere Teams konzentrie-

ren. Weitere Schwerpunkte des Programms sind Trainings in den Bereichen Compliance und Nachhaltigkeit. Zudem unterstützt unser Onboarding-Programm die Integration unserer Mitarbeitenden, die sich vom ersten Tag an mit Kollegen aus allen Bereichen vernetzen können.

Neben unserem allgemeinen Onboarding-Programm bietet unsere AUTO1 Academy, eine Plattform, die vom People Team verwaltet wird, Mitarbeitenden die Möglichkeit, webbasierte Schulungen durchzuführen. Diese umfassen verschiedene abteilungsspezifische Onboarding- und Entwicklungsprogramme, einschließlich spezieller Schulungen zu Office-Tools wie Google Sheets. So wollen wir beispielsweise die Qualität unserer Interaktionen mit Kund*innen sicherstellen und somit das Erlebnis unserer Kund*innen bei ihren Interaktionen mit uns verbessern. Außerdem stellen wir die Einhaltung unserer Fahrzeugqualitätsstandards sicher, indem wir regelmäßige, detaillierte Schulungsprogramme für unseren Kundendienst sowie unsere Preisfindungs- und Retail-Teams durchführen. Diese Schulungen schaffen die Basis für eine einheitliche Definition von Qualität und Transparenz über die gesamte Plattform hinweg, sodass wir unseren Kund*innen eine optimale Fahrzeugqualität und erstklassigen Service bieten.

Compliance Training

Im Zuge des Onboardings erhalten neue Mitarbeitende obligatorische Compliance-Schulungen in Anlehnung an ihre Tätigkeiten über unsere AUTO1 Academy. Die AUTO1 Academy ist eine vom People Team verwaltete Plattform, mit der wir webbasierte Schulungen durchführen.

Darüber hinaus führen wir jährlich eine Compliance-Schulung durch, die Themen wie unseren Verhaltenskodex, Datenschutz sowie Korruptions- und Bestechungsbekämpfung (einschließlich Geschenke und Einladungen) umfasst. Schulungen in den Bereichen Geldwäschebekämpfung, Datenschutz und Insiderhandel werden für alle Mitarbeitenden in den verschiedenen Abteilungen durchgeführt, vom Praktikanten bis zur obersten Führungsebene. Wir stellen sicher, dass die Schulungen alle Büroangestellten und auch die Beschäftigten ohne Schreibtisch erreichen, die in ihrer täglichen Arbeit nicht unbedingt mit Computern arbeiten.

Ferner werden spezielle persönliche und Ad-hoc-Schulungsinitiativen für die Teams auf der Grundlage ihrer individuellen Anforderungen durchgeführt. So haben beispielsweise unsere Teams in den Bereichen Vertrieb, Cash Management oder Sportmarketing spezielle persönliche Schulungen zur Bekämpfung von Geldwäsche, Bestechung und Korruption erhalten und unser People Business Partners Team führt regelmäßig Managementschulungen zu relevanten Aspekten des Arbeitsrechts durch.

Weiterbildung & Entwicklung

Je nach der individuellen Funktion bieten wir unseren Mitarbeitenden eine Vielzahl spezieller Schulungs- und Entwick-

lungsmöglichkeiten. Dieser Prozess beginnt bereits beim Onboarding, währenddessen alle Mitarbeitenden eine umfassende Einführung in unsere Gruppe und das Geschäftsmodell erhalten. 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 es, dieses Angebot zu erweitern und für alle Jobs im Unternehmen ein technisches Onboarding anzubieten.

Nach dem Onboarding bieten wir laufend Programme zur Weiterbildung, die speziell für neue Prozesse oder Produkte entwickelt werden. Außerdem haben wir im Jahr 2022 unser Bildungsbudget-Programm eingeführt, das die individuelle Entwicklung von Mitarbeitenden durch die Bereitstellung eines festen Bildungsbudgets für bestimmte Mitarbeitendengruppen ermöglicht. Im Jahr 2023 waren über 950 Mitarbeitende berechtigt, dieses Programm in Anspruch zu nehmen.

Im Jahr 2023 haben wir insgesamt 44 Schulungen für unsere Mitarbeitenden in verschiedenen Abteilungen angeboten. Wir engagieren auch weiterhin interne Trainer, die verschiedene Teams in der gesamten Gruppe coachen, wie z. B. unsere Einkaufs-, Kundendienst- und Produktionsteams sowie Schulungen in den Bereichen Steuern, Recht und Buchhaltung anbieten. Parallel dazu bieten wir verschiedene Weiterbildungsprogramme an, wie z. B. Tandem- und kostenlose Online-Sprachkurse, die allen Mitarbeitenden unabhängig von ihrer Betriebszugehörigkeit oder Position in unserer Zentrale in Berlin zur Verfügung stehen



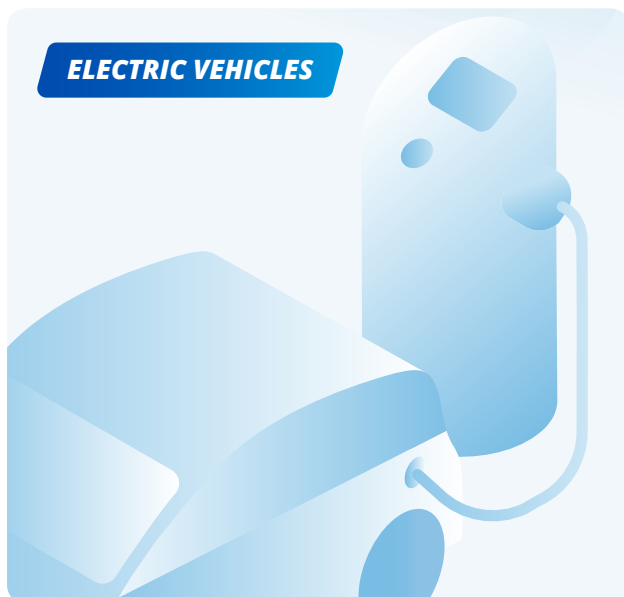
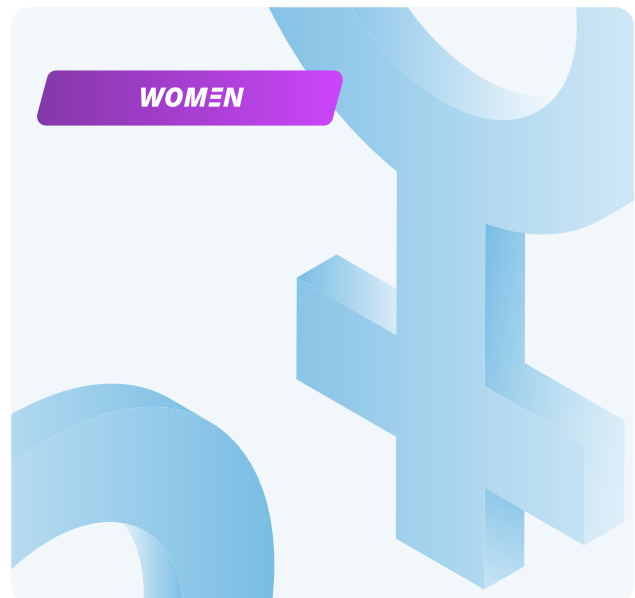
Einbindung

Gruppen

Im Rahmen unserer Bemühungen zur Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion innerhalb der Gruppe bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, geförderte AUTO1-Gemeinschaften („Communities“) zu bilden. Damit wollen wir für unsere Mitarbeitenden 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. Dieser Austausch ist als treibender Faktor unserer Strategie für Vielfalt und Integration gedacht, da er uns wertvolle Einblicke in Themen gibt, zu denen wir bisher keinen Zugang hatten.

In einem ersten Schritt zur Einrichtung der einzelnen Gruppen haben wir 2022 eine "Pulse Check"-Umfrage durchgeführt, um das Interesse unserer Mitarbeitenden an diesen Gruppen zu ermitteln. Anschließend starteten wir eine Kommunikationskampagne rund um unseren Unternehmenswert "team up" und wählten dann nach Auswertung des Interesses die Vorsitzenden und Leiter der einzelnen Gemeinschaften. Diese Leiter werden von einem Senior Sponsor unterstützt, der ihnen hilft, ihre Ziele und ihre Struktur zu definieren.

Dieser Prozess führte zur Bildung der folgenden Gruppen:





Alle Gemeinschaften haben im Jahr 2022 ihre Aktivitäten aufgenommen. Zum Beispiel organisierte unsere im November 2022 gegründete Community "Frauen bei AUTO1" zum Internationalen Frauentag 2023 eine spezielle Online-Podiumsdiskussion mit sechs unserer talentierten Kolleginnen. Die Podiumsdiskussion befasste sich mit Themen wie Führung, Karrierewachstum, Vielfalt und weiblichem Aktivismus und diskutierte Herausforderungen, Erfolgsgeschichten und Überlegungen, wie man auf einen integrativeren Arbeitsplatz hinarbeiten kann.

Und das ist nur eine unserer Gemeinschaften. Wir möchten an dieser Stelle zwei unserer Kollegen vorstellen, die in der LGBTQ+ & Allies Community aktiv sind: **Philip Reicherstorfer**, VP Group Treasury und Senior Sponsor unserer LGBTQ+ & Allies Community und **Raph Lin**, Team Lead Design und Vorsitzender des Community-Komitees, da sie uns wertvolle Einblicke in die Funktionsweise ihrer Community geben können und wie diese zur Nachhaltigkeitsstrategie von AUTO1 beiträgt.

Interview

Könntet ihr euch bitte kurz vorstellen und die Rolle, die ihr bei AUTO1 und insbesondere in der AUTO1 LGBTQ+ & Allies Community spielt, erläutern?

Philip: Als Group Treasurer kümmern mein Team und ich uns um die Finanzen und die Bilanz von AUTO1. Zunächst kümmern

wir uns um das Cash-Management und stellen sicher, dass wir alle Autos pünktlich bezahlen - ein zentrales Markenversprechen der WKDA - und dass wir eingehende Zahlungen zuordnen. Zur Unterstützung des AUTO1-Verkaufs und zur Verbesserung der Rentabilität kümmern wir uns um die Vergabe neuer Kredite an Händler und Autohero-Käufer in Deutschland und Österreich sowie um die Bedienung dieser Kredite. Mit unseren Asset-Backed-Verbriefungen, die unseren Gebrauchtwagenbestand, unser Händlerfinanzierungsprogramm und unsere Konsumentenkredite für Autohero finanzieren, sind wir wirklich innovativ. Mit diesen Verbriefungen heben wir uns von allen unseren Wettbewerbern ab. Und nicht zuletzt sind unsere Investor Relations eine unserer wichtigsten Aufgaben.

Als Senior Sponsor der LGBTQ+ & Allies Community versuche ich, dem Ausschuss mit Rat und Tat zur Seite zu stehen und als Resonanzboden zu fungieren. Ich bin auch ihr Kanal zur Geschäftsleitung von AUTO1 und umgekehrt. Ich versuche auch, als Vorbild zu fungieren, indem ich innerhalb und außerhalb von AUTO1 offen über meine Sexualität spreche, um zu zeigen, dass Homosexualität kein Hindernis für eine erfolgreiche Unternehmenskarriere ist.

Raph: Als Design Team Lead bei der AUTO1 Group bin ich für die Gestaltung und Pflege der visuellen Identität der AUTO1 Group auf Unternehmensebene verantwortlich und Sorge für eine kohärente und überzeugende Darstellung über verschiedene Touchpoints hinweg. Meine Aufgaben reichen von der Gestaltung visuell ansprechender Investor Relations-Materialien bis hin zur Entwicklung interner und externer Kommunikation und decken

das gesamte Spektrum des Corporate Designs ab, sowohl online als auch offline. Ich leite das Designteam bei der Förderung der Kreativität und der Ausrichtung unserer visuellen Sprache auf die Kernwerte und Ziele der AUTO1 Group, um die visuelle Darstellung des Unternehmens an verschiedene Zielgruppen zu vermitteln.

Als Co-Vorsitzender der LGBTQ+ & Allies Community versuche ich, ein inklusiveres und gleichberechtigteres Umfeld in allen unseren Büros in Europa zu schaffen. Ich konzentriere mich darauf, Strukturen zu schaffen, die Vielfalt zelebrieren und sicherstellen, dass sich jeder willkommen fühlt. Zu meinen Aufgaben gehört die Zusammenarbeit mit unserer Rechtsabteilung und unseren Kollegen bei der Umsetzung von Maßnahmen, die über symbolische Gesten hinausgehen und auf echte, positive Auswirkungen abzielen, die zu einer wirklich integrativen Atmosphäre beitragen. Durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Interessengruppen und das Eintreten für LGBTQ+-Rechte und -Vertretung hoffe ich, sinnvolle Veränderungen innerhalb der Gruppe herbeiführen zu können.

Warum ist eurer Meinung nach ein vielfältiges und integratives Arbeitsumfeld wichtig und warum sollten Unternehmen dies fördern?

Philip: Ich denke, dass der ursprüngliche geschäftliche Nutzen von Vielfalt und Integration im Hinblick auf die Gewinnung und Bindung von Talenten von Unternehmen und Managern auf der ganzen Welt gut verstanden wird. Aber heute ist die Vielfalt noch wichtiger: Die Welt ist in den letzten 20, ja sogar 10 Jahren viel vielfältiger geworden. Wenn ein Unternehmen seine Kunden in der vielfältigen Welt von heute nicht verstehen kann, ist es zum Scheitern verurteilt. Und wie kann ein Unternehmen, letztendlich die Menschen in einem Unternehmen, diese vielfältige Welt verstehen, wenn es nicht selbst vielfältig ist? Und um die Vielfalt der Menschen und Ansichten zu fördern, muss man integrativ sein.

Raph: Auf dem globalen Markt verschafft die Vielfalt einen Wettbewerbsvorteil, und die Beachtung dieser Grundsätze entspricht den gesellschaftlichen Werten. Das macht es nicht nur zu einem moralischen Gebot, sondern auch zu einer strategischen Geschäftsentscheidung für den langfristigen Erfolg.

Ich glaube, dass AUTO1 aktiv versucht, eine Kultur der Vielfalt und Einbeziehung in allen Märkten zu fördern, in denen es tätig ist. Dies geht über eine Verpflichtung zu den Unternehmenswerten hinaus; es ist ein strategisches Bestreben, eine sichere und einladende Umgebung für alle Mitarbeitende zu schaffen, unabhängig von ihrem Standort. Auf diese Weise können wir AUTO1 zu einem herausragenden Arbeitgeber in Regionen machen, die traditionell vielleicht nicht als LGBTQ+-freundlich wahrgenommen werden. Dieses Engagement dient als strategische Initiative, um AUTO1 als attraktiven und integrativen Arbeitsplatz in ganz Europa zu positionieren und damit für neue Mitarbeitende attraktiv zu machen.

Wie setzt sich AUTO1 für einen integrativen Arbeitsplatz ein?

Philip: Die wichtigste Zutat für eine integrative Kultur ist Respekt für jeden. Und obwohl AUTO1 eine schnelllebige und stets neugierige Organisation ist, haben wir letztendlich alle großen Respekt voreinander und vor unseren Kunden. Ich kann nur aus eigener Erfahrung sagen: Vom ersten Tag an, an dem ich Hakan (Koc) und Markus (Boser) kennengelernt habe, bin ich offen auf sie zugegangen; mein Partner und ich haben nie etwas anderes als vollen Respekt und Unterstützung von ihnen erfahren. Und das zieht sich von oben durch das ganze Unternehmen. Ein tolles Zeichen dafür ist, dass wir hier bei AUTO1 eine Reihe von sehr engagierten Allies in der LGBTQ+ & Allies Community haben.

Raph: Mit 102 verschiedenen Nationalitäten, die bei der AUTO1 Group arbeiten, glaube ich, dass unsere vielfältige Belegschaft Toleranz und Aufgeschlossenheit gefördert hat. Wir fördern nun aktiv Diskussionen über das breitere Spektrum, um sicherzustellen, dass sich jeder wohl fühlt, wenn er authentisch ist. AUTO1 ist nicht nur vielfältig, sondern auch ein integrativer Arbeitsplatz, an dem jeder selbstbewusst zu seiner Identität stehen kann.

Erzählt uns, wie die Idee zur Gründung einer LGBTQ+ & Allies Community entstand, was sind die Ziele und was wollt ihr erreichen?

Philip: Ich denke, dass AUTO1 Mitarbeiternetzwerkgruppen ermöglicht, ist Teil unseres Erwachsenwerdens und Reifens als Unternehmen. Da wir uns von einem kleinen Start-up-Team zu einem führenden europäischen multinationalen Unternehmen entwickelt haben, war es nur logisch, Gruppen wie die LGBTQ+ & Allies Community zu gründen, in denen sich die Mitarbeitenden treffen können. Die Bereitstellung solcher Räume ist heute wichtiger denn je, da wir über mehr als 15 Hauptgeschäftsstellen, mehr als 430 Einkaufsniederlassungen und 10 Produktionszentren verteilt sind. Ich hoffe, dass die Community aktiv wird, indem sie Networking- und Mentoring-Möglichkeiten bietet, das interne Bewusstsein für LGBTQ+-Themen schärft, AUTO1 in der LGBTQ+-Welt im Allgemeinen vertritt und sich mit anderen LGBTQ+-Mitarbeitergruppen in Berlin und in ganz Europa verbindet.

Welche sind die wichtigsten Initiativen, die die Gemeinschaft bisher gestartet hat, und welche sind für das nächste Jahr geplant?

Raph:

- Die Einführung von Diversity, Equity & Inclusion Themen im Rahmen unserer Compliance-Schulungen: Die Community wird mit der Rechtsabteilung an dem Programm zusammenarbeiten, das sich auf mehrere Schlüsselbereiche zur Förderung eines integrativen Arbeitsplatzes bei der AUTO1 Group konzentriert. Es umfasst das Verständnis von Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration, rechtliche und politi-

sche Rahmenbedingungen, Arten von Belästigung, kulturelle Kompetenz, Kommunikationsfähigkeiten und den Aufbau einer integrativen Kultur. Unser Ziel ist es, ein Programm zu entwickeln, das die Rolle der Führungskräfte hervorhebt, das Verständnis fördert und Ressourcen und Unterstützung bereitstellt, um ein Umfeld zu schaffen, in dem sich die Mitarbeitenden wohl fühlen, wenn sie Probleme ansprechen.

- **Förderung der Inklusion:** Um AUTO1 in ganz Europa als integratives Unternehmen zu positionieren und aktiv mehr LGBTQ+-Talente für die AUTO1-Familie zu gewinnen, wollen wir unsere vielfältige Gemeinschaft in den Vordergrund stellen. Dazu gehört, dass wir unsere LGBTQ+-Mitglieder prominent präsentieren und unsere integrative Politik hervorheben, insbesondere in so wichtigen Bereichen wie der Personalbeschaffung, die auf unserer Karriereseite und in Stellenausschreibungen hervorgehoben wird.
- **Wir sind bestrebt, eine lebendige LGBTQ+-Community zu fördern,** indem wir mehr Online- und Offline-Veranstaltungen organisieren. Durch virtuelle Foren und persönliche Zusammenkünfte wollen wir sinnvolle Verbindungen schaffen und die Vielfalt feiern. Helfen Sie uns, einen Arbeitsplatz zu schaffen, an dem sich jeder wertgeschätzt und unterstützt fühlt.

Engagement für die Gesundheit der Mitarbeitenden

Um die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu fördern, stellen wir an allen lokalen Hauptsitzen täglich frisches Bio-Obst und gesunde Getränke bereit. Wir haben auch damit begonnen, eigene interne Gesundheitsprogramme in Berlin oder anderen internationalen Büros zu entwickeln.

Gruppenweite Sportinitiativen

Unsere AUTO1 Berlin Runners treffen sich regelmäßig zu Trainingsläufen und nehmen als Team an Laufveranstaltungen teil, wie z.B. der Adidas Runners City Night unter dem Motto "Teaming up to run and exchange experiences and perspectives". Unser belgisches Team folgte diesem Beispiel und nimmt an entsprechenden Läufen in Antwerpen teil.

Weitere Sportevents wie Fußball, Basketball, Beachvolleyball, Padel oder Yoga fanden an verschiedenen Standorten der Gruppe statt. An einer Reihe unserer Standorte wurden betriebliche Fitnessprogramme mit Steuervergünstigungen für Mitarbeitende eingeführt, um deren Gesundheit zu fördern und Anreize für körperliche Aktivität zu schaffen.

Unsere Konzern-Sportinitiativen zielen darauf ab, unser Programm zur Förderung von Vielfalt und Integration voranzutreiben, indem sie Mitarbeitenden aller Hierarchieebenen mit unterschiedlichem Hintergrund und Fitnessniveau die Möglichkeit geben, sich außerhalb des Arbeitsumfeldes sozial und kulturell auszutauschen. Ein herausragendes Beispiel in diesem Bereich ist unter anderem unsere Zusammenarbeit mit dem Pariser FC, in deren Rahmen wir gemeinsam ein Fußballturnier zwischen amputierten Profispielern und Beschäftigten von AUTO1 ausgerichtet haben, wie in unserem Abschnitt über soziale Initiativen weiter unten beschrieben.

Mitglieder der AUTO1 Group Gemeinschaften



Engagement der Mitarbeitenden und Feedback

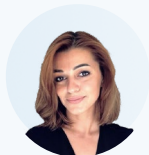
Um die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden zu messen und das Interesse der Teams an verschiedenen Projekten zu ermitteln, führen wir auf monatlicher Basis „Pulse Check“-Umfragen (eNPS) durch. Mit diesen Umfragen können wir herausfinden, ob unsere People-Maßnahmen effektiv umgesetzt werden. Dabei befragen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

Im Jahr 2023 wurde die monatliche Puls-Check-Umfrage im Durchschnitt von 35 % unserer Mitarbeitenden beantwortet - die Zufriedenheit mit den Führungskräften wurde im Durchschnitt mit 7,8 / 10 und die allgemeine Zufriedenheit mit der Arbeitssituation mit 6,7 / 10 bewertet.

In dem Bestreben, unser Engagement der Mitarbeitenden ständig zu verbessern, setzen wir bei der AUTO1 Group auf eine offene Feedback-Kultur, in der Mitarbeitende und ihre Vorgesetzten ermutigt werden, wichtige Themen wie Karriereentwicklung und -förderung sowie Möglichkeiten zur Verbesserung der Zufriedenheit am Arbeitsplatz offen anzusprechen. Um dieses Engagement zu unterstreichen, haben unsere Mitarbeitenden die Möglichkeit, zweimal im Jahr über ein spezielles Feedback-Tool vielseitiges Feedback zu geben und zu erhalten, z.B. von und an ihre Vorgesetzten und Kollegen.

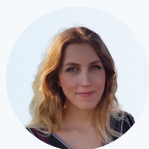
Im Jahr 2023 nahmen 90 % unserer Belegschaft an beiden Feedback-Runden teil, wobei die durchschnittliche Zufriedenheitsquote bei 70 % lag.

DAS SAGEN UNSERE MITARBEITENDEN ÜBER AUTO1 GROUP



„Ich schätze es sehr, dass die AUTO1 Group ihre Startup-Atmosphäre beibehalten hat und ständig danach strebt, sich zu verbessern. Das Unternehmen ist immer offen dafür, neue Dinge auszuprobieren, und das ist bewundernswert.“

Savin Hassan
Project Manager



„Innovation und Nachhaltigkeit stehen im Mittelpunkt der Geschäftstätigkeit der AUTO1 Group.“

Laura Figueiredo
Team Lead Product Design



„Der offene Austausch mit verschiedenen Stakeholdern, aber auch mit meinem direkten Vorgesetzten, bietet mir einen Blick hinter die Kulissen und fördert somit Transparenz und das Verständnis.“

Simon Kuhlmann
Head of Talent Acquisition Germany & Netherlands

Einfluss als Arbeitgeber

Als europaweiter Arbeitgeber mit einer vielfältigen Belegschaft von rund 5.500 Mitarbeitenden 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. Mit der Entwicklung unserer Produktionszentren sind wir beispielsweise zu einem großen Arbeitgeber an verschiedenen Standorten wie Toledo (Spanien) oder Brandenburg (Deutschland) geworden und haben unsere Produktionskapazitäten auf rund 180.000 Einheiten pro Jahr bei voller Kapazität im Jahr 2023 erhöht, was unseren Einfluss als Arbeitgeber in ganz Europa verstärkt.

Wir verfolgen einen Grundsatz, der auf Diskriminierungsverbot, Einhaltung des Arbeitsrechts sowie wettbewerbsfähigen Vergütungen und Sozialleistungen für unsere Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden konzernweit die Möglichkeit, arbeitsbezogene Anliegen und Probleme vorzubringen, zu kommunizieren und zu eskalieren. Dabei versichern wir als Unternehmen, dass diese Anliegen ernst genommen, angemessen untersucht und gelöst werden.



Sicherheit und Gesundheit

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden, Kund*innen und Besucher*innen hat für uns oberste Priorität. Unsere Bemühungen um Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sind daher in unseren Werten und in unserem Verhaltenskodex verankert. Im Jahr 2023 haben wir unsere Bemühungen zur Förderung und Aufrechterhaltung einer Sicherheitskultur fortgesetzt, mit dem Ziel, keine Arbeitsunfälle zu haben.

Aus der Governance-Perspektive unterstützen die lokalen Gesundheits- und Sicherheitskoordinatoren das Management und die Mitarbeitenden bei der Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen unter Berücksichtigung der für das Unternehmen geltenden Vorschriften. Die Niederlassungs- oder Standortleitung ist für die operative Umsetzung der Arbeitsschutzpolitik verantwortlich.

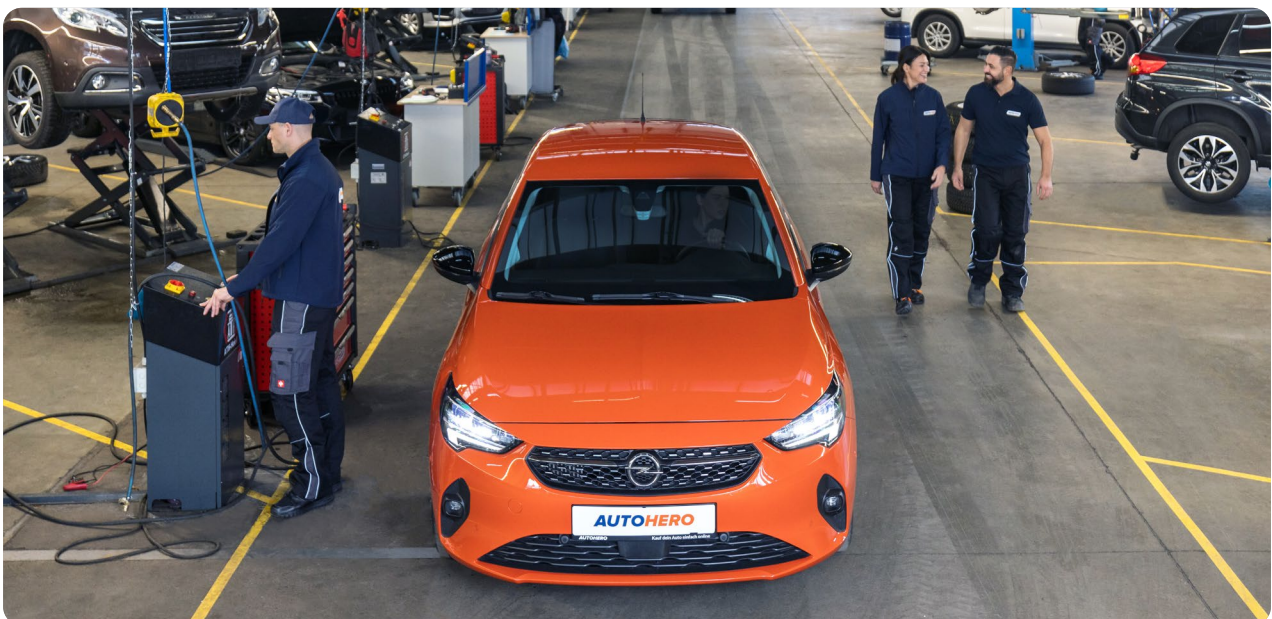
Über unsere bestehenden Einrichtungen hinaus wurden mit der Eröffnung unserer Autohero-Produktionszentren für die Aufarbeitung von Gebrauchtwagen alle geeigneten Maßnahmen in Übereinstimmung mit den Gesetzen und Vorschriften des jeweiligen Landes ergriffen (z. B. Trennung gefährlicher Abfälle, Kennzeichnung gefährlicher Bereiche, Austausch gefährlicher "chemischer" Produkte durch sicherere Produkte, Erstellung von Gebrauchsanweisungen für chemische Produkte, Kennzeichnung von Notausgängen und Feuerlöschern, regelmäßige Inspektionen von Maschinen mit potenziell schwerwiegenden Risiken usw.). Darüber hinaus arbeiten wir auf nationaler Ebene mit verschiedenen Institutionen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz zusammen, wie

z. B. DEKRA in Deutschland oder MPE Grupo in Spanien, die die Einhaltung der gesetzlichen Arbeitsschutzbestimmungen an unseren Standorten überwachen.

Zusätzlich zum täglich frischen Obst und den gesunden Getränken, die wir allen unseren Mitarbeitenden am Standort Berlin zur Verfügung stellen, bieten wir allen Remote-Mitarbeitenden in Deutschland, den Mitarbeitenden der Technik-Abteilung (unabhängig von ihrem Arbeitsort oder -land) und allen Mitarbeitenden ukrainischer Herkunft (unabhängig von ihrer Abteilung oder ihrem Arbeitsort) ein präventives Programm zum Ausgleich der psychischen Gesundheit durch direkten Zugang zur psychologischen Unterstützungsplattform OpenUp.

Weitere Initiativen zum Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeitenden sind die Gripeschutzimpfungen vor Ort und Erste-Hilfe-Schulungen.

Darüber hinaus werden in unseren Produktionszentren regelmäßig Schulungen auf der Grundlage der lokalen Gesundheits- und Sicherheitsanforderungen durchgeführt, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeitenden in der Lage sind, Unfallrisiken zu erkennen und zu verringern. Als Teil unserer Grundsätze erwarten wir von allen Mitarbeitenden, dass sie alle relevanten Sicherheitsprotokolle befolgen, angemessene persönliche Schutzausrüstung verwenden, die Arbeitsbereiche sauber halten und Gefahren beseitigen oder melden, sobald sie entdeckt werden.



03

UNSERE GESELLSCHAFT



- SEITE 40 **Auswirkungen auf die Mobilität**
- SEITE 42 **Transparenz und Verbraucherschutz**
- SEITE 44 **Wirtschaftliches Wachstum und Digitalisierung**
- SEITE 46 **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 historisch 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

Unser Geschäftsmodell unterstreicht ein wichtiges gesellschaftliches Prinzip: erschwinglichen Zugang zu hochwertiger Mobilität. Gebrauchtwagen sind sehr begehrt, unter anderem wegen der steigenden Lebenshaltungskosten. Wir kaufen und verkaufen von und an Unternehmen und Verbraucher*innen 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 einzigartiges, europaweites Angebot an Gebrauchtfahrzeugen unseren Kund*innen Zugang zu erschwinglicher Mobilität und unseren Partnern wirtschaftliches Wachstum bringt. Verbraucher*innen können bei uns aus einem großen Angebot an Fahrzeugen aller Preisklassen wählen und dabei die Garantien genießen, die normalerweise einem höheren Preissegment vorbehalten sind oder bei Käufen direkt vom Hersteller gewährt werden.

„Als AUTO1 Group ermöglichen wir Menschen mit kleineren Budgets, Fahrzeuge zu kaufen, die sie sich als Neuwagen nicht leisten könnten.“

Sergio García Casado
Car Inspector - Optics
Produktionszentrum Toledo (Spanien)

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





Nehmen wir beispielsweise einen VW Passat mit einer Laufleistung von 70.000 Kilometern, den wir in Italien kaufen. Unsere italienische Kundin bzw. unser italienischer 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 Familie könnte von dieser transparenten Transaktion profitieren und ein Gebrauchtfahrzeug, inklusive Garantie, zu einem günstigen Preis erwerben.

Wir bieten einen erschwinglichen Zugang zu hochwertiger Mobilität und legen gleichzeitig Wert auf die Sicherheit der von uns angebotenen Fahrzeuge. Aus diesem Grund werden alle unsere Autohero-Fahrzeuge technisch überprüft und in aufbereitetem Zustand verkauft. Unser polnisches Team ging noch einen Schritt weiter und beteiligte sich an der polnischen Kampagne "Rettungskarte im Fahrzeug", die unter der Schirmherrschaft des Verbandes der Automobilhändler und des polnischen Verbandes der Automobilindustrie steht. Ziel dieser sozialen Initiative ist es, einen Beitrag zu leisten und die Effektivität der Rettungsdienste und ihrer Rettungseinsätze im Falle eines Autounfalls zu stärken - insbesondere in einem Land, das in den Wintermonaten zu gefährlichen Straßenverhältnissen neigt.

Als zusätzliche Sicherheitsmaßnahme sind alle von unseren Kunden in Polen gekauften Autohero-Fahrzeuge mit einer Rettungskarte und entsprechenden Anzeigen ausgestattet,

auf denen die wichtigsten Warnhinweise und Informationen für die Rettungskräfte vermerkt sind, wie z. B. die Lage der Karosserieverstärkungen, der Sicherheitsairbags oder der Gasgurtstraffer usw., die eine schnellere Rettung der Person im Fahrzeug ermöglichen.

Eine vom ADAC, Deutschlands größtem Automobilclub, im Auftrag der FIA-Stiftung für Automobil und Gesellschaft durchgeführte Studie hat gezeigt, dass die Rettungskräfte mit einer Standard-Rettungskarte unter der Sonnenblende auf der Fahrerseite ein Unfallopfer fast 30 % schneller aus dem Fahrzeug befreien konnten.



Transparenz und Verbraucherschutz

Laut einer Studie der EU-Kommission zur Funktionsweise des Gebrauchtwagenmarkts aus Verbrauchersicht⁷ gilt der Gebrauchtwagenmarkt als eine der undurchsichtigsten Branchen in der EU. 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*innen in die Einhaltung der Verbraucherschutzvorschriften durch die Händler, die Vergleichbarkeit, die Verbraucherzufriedenheit und einen relativ hohen Anteil an Problemen.

Dadurch wird deutlich, dass die Kund*innen häufig durch die Merkmale des Marktes, seiner Fragmentierung und die mangelnde Transparenz negativ beeinflusst werden.

Das Geschäftsmodell von AUTO1 beruht auf Transparenz. Wir wollen das Vertrauen der Verbraucher*innen in unseren Markt stärken, indem wir unser Geschäftsmodell auf den herkömmlichen Gebrauchtwagenmarkt übertragen. Wir bieten Verbraucher*innen die Möglichkeit, Gebrauchtwagen auf der Grundlage unserer transparenten Bewertungs- und Preismodelle ohne Feilschen zu kaufen und zu verkaufen. Darüber hinaus verfolgen wir ein striktes bargeldloses Geschäftsmodell als weitere Maßnahme zur Erhöhung der Transparenz und um das Risiko der Geldwäsche zu bekämpfen, das in stark fragmentierten Märkten traditionell besteht. Wir gewähren zudem Garantien auf die Fahrzeuge, die wir über unsere Marke Autohero verkaufen und halten dabei die geltenden Gesetze zum Verbraucherschutz ein. Unser Erfolg bei der Umgestaltung dieses Marktes spiegelt sich in unserem branchenführenden durchschnittlichen Net Promoter Score von 70/100 wider.

Die Bemühungen, höchste Transparenz zu bieten, kommen dem Vertrauen und dem Schutz der Verbraucher*innen unmittelbar zugute. Die überwiegende Mehrheit der Kunden, die auf der Grundlage unseres Online-Preises einen Termin buchen, verkaufen ihre Fahrzeuge an uns. Unserer Ansicht nach zeigt dies, dass wir eine transparentere, zuverlässigere

und vertrauenswürdiger Lösung bieten als der herkömmliche Gebrauchtwagenmarkt. Auf diesem Erfolg bauen wir Tag für Tag auf. Denn wir sind überzeugt davon, dass sich unsere digitale Plattform und unser kund*innenorientierter Ansatz weiterhin positiv auf die Erfahrungen von Verbraucher*innen, die Gebrauchtwagen kaufen oder verkaufen wollen, auswirken. So verändern wir einen Sektor, der häufig als intransparent für Verbraucher*innen gilt, und damit den gesamten Gebrauchtwagenmarkt.

Revisionsicherer Handel mit einem einzigen Vertragspartner

Die Händlerplattform AUTO1.com ermöglicht Händlern einen revisionsicheren und gesetzeskonformen Handel. Im Gebrauchtwagenmarkt stellt sich die Frage der Compliance. Mit einer digitalen Plattform und digitalen Prozessen können Händler ihre Transaktionen in Echtzeit und über verschiedene Geräte hinweg leicht nachvollziehen. Werden Autos auf persönlichen Offline-Kanälen gehandelt, kann die Transaktion schnell durch persönliche Kontakte der Vertragspartner beeinflusst werden, das Risiko einer negativen Beeinflussung des Geschäfts durch Korruption und Preisabsprachen steigt. AUTO1.com ist von Anfang an der einzige Vertragspartner gewesen. Somit ist der Verkäufer mit einem der über 60.000 Käufer in Europa auf der Plattform anonym verbunden. Digitale Auktionen und Berichte erhöhen die Transparenz und tragen zur Compliance bei, insbesondere für große Händlergruppen und OEMs. Eine interaktive Benutzeroberfläche vereinfacht Funktionen wie das Auflösen von Reservierungen durch digitale Preisverhandlungen, das Starten von Auktionen und das Einsehen von Bietaktivitäten auf die gelieferten Fahrzeuge. Alle Vorgänge können so von Entscheidern jederzeit eingesehen und nachvollzogen werden. Darüber hinaus bietet AUTO1.com die Möglichkeit, mit Hilfe eines Baukastensystems individuelle Reports zu erstellen. Die Kombination von Fahrzeug-, Leistungs- und Transaktionsdaten ermöglicht maximale Transparenz und revisionsichere, datengetriebene Transaktionen.

⁷ https://commission.europa.eu/publications/study-second-hand-cars-market_en?prefLang=de&etrans=de

Sicherung des optimalen Verkaufspreises dank europaweiter Reichweite

Nachdem der Remarketing-Partner die Inzahlungnahme von seinem Kunden akzeptiert hat, digitalisiert er das Fahrzeug über die AUTO1 EVA App und stellt das Auto in die Auktion, ohne das Gerät zu verlassen. Das Fahrzeug kann revisions-sicher an mehr als 60.000 Händler in über 30 Ländern versteigert werden. Das Angebot wird allen registrierten Händlern live in der jeweiligen Landessprache angezeigt. Der Vorteil dieser einzigartigen Reichweite liegt in dem großen internationalen Bieterwettbewerb. Im Vergleich zur Abhängigkeit von wenigen lokalen Käufern sorgt dies für attraktivere Preise im Verkauf sowie für eine geringere Volatilität bei einzelnen Fahrzeugen. Dadurch wird das Kapitalrisiko auf ein Minimum reduziert und es gibt keine starken Schwankungen bei der Vermarktung von B2B-Gütern. Insbesondere die aktuelle Marktsituation, die in allen europäischen Ländern ähnlich ist, ermöglicht es, optimale Verkaufspreise zu erzielen.

Wirtschaftliches Wachstum und Digitalisierung

Wir haben 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. Unser Unternehmen ist in ganz Europa ein transparenter und zuverlässiger Geschäftspartner für Händler.

Wir sprachen mit Marco Siri, Inhaber des Autohauses Gruppo Resicar, der seit über 3 Jahren mit AUTO1 zusammenarbeitet. Von ihm erfahren wir, wie sich unsere Zusammenarbeit auf sein Geschäft ausgewirkt hat:

AUTO1: Hallo Marco. Könntest du uns zu Beginn bitte die Gruppo Resicar und ihr Geschäftsmodell vorstellen?

Die Gruppo Resicar S.P.A. wurde 1989 im Piemont gegründet, genauer gesagt in Spinetta Marengo, einem Vorort der Stadt Alessandria. Im Laufe der Jahre hat die Entwicklung und Expansion des Unternehmens dazu geführt, dass es sich auch auf andere benachbarte Provinzen ausgedehnt hat, bis es heute neben seiner Heimatstadt auch die Provinz Novara und die Provinz Asti mit seinen eigenen Marken besetzt. Heute ist die Resicar-Gruppe Vertragspartner mehrerer internationaler Automarken (Nissan - Mazda - Hyundai - Volvo - Skoda - Aixam - Kia) und ihr Geschäftsmodell umfasst neben dem Verkauf von Fahrzeugen auch die Lieferung von Fahrzeugteilen sowie Reparatur-, Wartungs- und Austauschdienstleistungen. Diese Dienstleistungen werden zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen.

AUTO1: Wann hat die Zusammenarbeit mit AUTO1 begonnen und warum?

Die Zusammenarbeit mit AUTO1.com begann vor mehr als 3 Jahren als Ergebnis der Notwendigkeit der Resicar-Gruppe, digital in ganz Europa zu expandieren, um ständig in Kontakt mit dem europäischen Markt zu bleiben und einen zusätzlichen Verkaufs- und Kaufkanal zu haben.

AUTO1: Wie hat sich die Partnerschaft im Laufe der Jahre entwickelt?

Vor allem im letzten Jahr hat sich die Partnerschaft zwischen der Resicar-Gruppe und AUTO1.com deutlich weiterentwickelt, was sich in einer signifikanten Steigerung der Kauf- und Verkaufslieferung von Fahrzeugen, einer positiven Auswirkung auf die inter-



nen Prozesse, die verbessert und effizienter gestaltet wurden, und einer Reduzierung der Verwaltungskosten niederschlägt. Ein entscheidender Punkt der Zusammenarbeit war sicherlich der Einsatz des AUTO1 Preisindikators, ein sehr nützliches Instrument, das es uns ermöglicht hat, unsere Leistung zu verbessern, indem wir die Anzahl der über die Plattform verkauften Fahrzeuge weiter steigern konnten. Ein weiterer strategischer Schritt war die Einstellung einer Person, die sich ausschließlich um die Verwaltung von Verkäufen und Käufen auf Online-Auktionen kümmert.

AUTO1: Was würdest du sagen, war die wichtigste Auswirkung dieser Zusammenarbeit auf dein Geschäft?

AUTO1.com hat zur Digitalisierung unserer Geschäftsprozesse durch einen professionellen Service und qualifizierte Mitarbeitende beigetragen, die uns tagtäglich in den verschiedenen Geschäftsbereichen unterstützen, vom Back Office bis zur Logistik. Die Partnerschaft mit AUTO1.com hat sich positiv auf unser Geschäft ausgewirkt und uns ermöglicht, unsere Chancen zu maximieren. Für einige Fahrzeuge haben wir - zunächst unerwartet - sehr zufriedenstellende Verkaufspreise erzielt, die es uns ermöglichen haben, unser Produkt schneller zu verkaufen und gleichzeitig einige Verluste auszugleichen und die Rotation unseres Lagers

zu erhöhen.

AUTO1: Wie hat sich deiner Erfahrung nach das Vertriebsmodell für Autos entwickelt?

Unserer Erfahrung nach hat sich das Vertriebsmodell für Autos drastisch weiterentwickelt. Tatsächlich haben wir begonnen, die digitale Vertriebsform stärker zu nutzen als die physische, um Zeit bei Verhandlungen und im After-Sales-Management zu sparen.

AUTO1: Wie haben Digitalisierung und Technologie dieses Modell revolutioniert und sich auf dein Geschäft ausgewirkt?

Digitalisierung und Technologie haben das zuvor dargestellte Modell sicherlich in einem solchen Maße revolutioniert, dass, wie bereits erwähnt, der Verkauf und die Verwaltung von Produkten über AUTO1.com den stationären Vertrieb überholt hat. Die Auswirkungen auf unser Unternehmen sind zweifelsohne beträchtlich, so sehr, dass wir eine Person eingestellt haben, die sich ausschließlich dieser Aktivität widmet und die Zusammenarbeit mit AUTO1.com täglich verwaltet, um das Volumen der in unserem Autohaus ein- und ausgehenden Fahrzeuge zu erhöhen. AUTO1.com hat uns die Möglichkeit gegeben, eine effektive Partnerschaft aufzubauen, die vor einigen Jahren fast unvorstellbar war und die es uns heute, dank der verfügbaren Technologie und der positiven Auswirkungen der Digitalisierung, ermöglicht, uns täglich zu verbessern und zu wachsen.

AUTO1: Welche Innovationen und Trends werden deiner Meinung nach dein Geschäft in den nächsten 5-10 Jahren beeinflussen?

Meiner Meinung nach ist eine der wichtigsten Innovationen, die sich in den nächsten fünf bis zehn Jahren grundlegend auf unser Unternehmen auswirken wird, definitiv die Elektrifizierung. In naher Zukunft wird es mehr und mehr batteriebetriebene Fahrzeuge auf unseren Straßen geben und wir werden sicherlich bereit und gut vorbereitet sein, um uns an die neuen Bedürfnisse der Kunden und Hersteller anzupassen. Wir freuen uns auf weitere Verbesserungen des Händlererlebnisses in unserer Zusammenarbeit mit AUTO1.com und hoffen, dass sie so lange wie möglich andauern wird.

Soziale Initiativen

Berliner Tafel e.V.

Im Jahr 2019 haben wir unsere Zusammenarbeit mit der Berliner Tafel begonnen. Wir spendeten seit dieser Zeit Fahrzeuge wie Kühltransporter und andere Fahrzeuge, um die Organisation mit Lieferdienst-Möglichkeiten für die Lebensmittel und Mobilitätslösungen zu versorgen. Wir haben die Kooperation im Jahr 2023 fortgesetzt.

Seitdem haben wir unsere Spenderrolle weiterentwickelt und unterstützen die Initiative 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

Matthew Perry, Head of Legal Compliance AUTO1 Group mit Thomas Freiesleben - Head of Fundraising der Berliner Tafel e.V. vor dem von der AUTO1 Group gespendeten Fahrzeug 2022

verkaufen. Wir wollten unser an der Kreislaufwirtschaft orientiertes Geschäftsmodell sozialen Projekten bereitstellen, die von den Transport- und Mobilitätslösungen unserer Produkte profitieren können. Im Jahr 2023 haben wir eine weitere Spende zur Unterstützung der Berliner Tafel getätigt.

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.



Soziale Fallstudie: Frankreich

Wir bei AUTO1 sehen es als unsere Aufgabe an, ein innovatives, dynamisches und respektvolles Arbeitsumfeld für alle zu schaffen, indem wir Vielfalt und Integration fördern. Um dies sicherzustellen, haben wir uns über unsere Zusammenarbeit mit der Berliner Tafel hinaus an verschiedenen sozialen Initiativen innerhalb des Konzerns beteiligt.

Eine davon möchten wir besonders hervorheben:

Unser Hauptsitz in Paris nahm an der "Europäischen Woche für die Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen" teil und schloss sich mit der Aktisea Adapted Company zusammen. Gemeinsam veranstalteten sie einen unterhaltsamen und ansprechenden Frage-Antwort-Wettbewerb, der zur Sensibilisierungskampagne der Gruppe zum Thema Vielfalt beitrug und den laufenden Dialog zu Themen im Zusammenhang mit Behinderungen verstärkte.

Im November 2023 nahm unsere Pariser Zentrale auch am DuoDay 2023 teil, wo sie erfolgreich Menschen mit Behinderungen willkommen hieß und sie mit Mitarbeitenden von AUTO1 zusammenbrachte, um ihnen die Möglichkeit zu geben, zusammenzuarbeiten und ihr Potenzial in den Abteilungen ihrer Wahl zu entdecken.

Darüber hinaus hat sich unsere Pariser Zentrale mit der KS Academy zusammengetan, um die Mitarbeitenden von AUTO1 durch Sport für das Thema Behinderung zu sensibilisieren und weiterzubilden. So veranstaltete AUTO1 gemeinsam ein Fußballturnier zwischen amputierten Profispielern des Pariser FC und AUTO1-Mitarbeitenden. Die Veranstaltung umfasste interaktive Workshops und freundschaftliche fußballerische Wettbewerbe, die die Zusammenarbeit, den Teamgeist und die körperliche Aktivität fördern und ein integratives Umfeld für alle Mitarbeitenden schaffen sollten.



04

UNSERE GOVERNANCE



- SEITE 49 Einführung
- SEITE 50 Diagramm „ESG-Governance“
- SEITE 51 Compliance

Einführung

Bei AUTO1 sind wir stolz auf unsere Corporate-Governance- sowie Compliance-Maßnahmen und 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 haben unsere Ankündigung erfüllt, bis 2023 zwei Frauen in diesem Gremium zu haben. Darüber hinaus haben wir einen speziellen Audit-Ausschuss, der vor unserem Börsengang eingerichtet wurde und in dem Gerd Häusler als Vorsitzender über die nötige Finanz- und Rechnungslegungsexpertise verfügt. Zudem haben wir einen eigenen ESG-Ausschuss auf

Aufsichtsratsebene mit Lars Santelmann als Vorsitzendem. Schließlich haben wir auch einen Präsidialausschuss gebildet. Die wichtigsten Elemente der Umsetzung können unserer jährlichen Entsprechenserklärung entnommen werden.

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. Beides sowohl im Hinblick auf unser Geschäftsmodell und unsere Kund*innenbeziehungen 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 Mitarbeitenden zugänglich.

Im Jahr 2022 haben wir auf unserer [Group-Website](#) einen eigenen Bereich für Nachhaltigkeit eingerichtet, in dem Sie unsere wichtigsten Botschaften und Kontaktstellen zum Thema Nachhaltigkeit finden.

Supervisory Board

Gerd Häusler, Martine Gorce Momboisse, Lars Santelmann, Hakan Koç, Sylvie Mutschler von Specht, Gerhard Cromme



ESG Governance Chart



Bei AUTO1 werden alle ESG-Entscheidungen durch den ESG-Lenkungsausschuss getroffen, binden den Vorstand ein und werden dem ESG-Ausschuss des Aufsichtsrates berichtet. Der Ablauf ist folgendermaßen:

Aufsichtsrat

Hat einen eigenen ESG-Ausschuss und überwacht alle ESG-bezogenen Entscheidungen.

Vorstand

Verantwortlich für das Thema ESG. 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: leitende Mitarbeitende aus den Bereichen Communications, Accounting, People, Investor Relations und Legal Compliance.



ENTSCHEIDUNGSBEISPIEL

Der Vorstand schlägt eine neue Diversitätsstrategie vor. Diese wird in vierteljährlichen Meetings mit dem ESG-Lenkungsausschuss und dem ESG-Ausschuss des Aufsichtsrats dargestellt. Das ESG Team arbeitet anschließend an der Umsetzung und verfolgt den Fortschritt.

Compliance

Compliance-Verpflichtung

Wir sind der Ansicht, dass eine Compliance-Kultur auf den sogenannten „Tone from the Top“ und die Vorstandsebene zurückzuführen ist. 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 zur Einhaltung der Menschenrechte und der Bestimmungen in der Lieferkette, sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch innerhalb unserer Lieferkette festgehalten.

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

Um unsere Compliance-Kultur zu bewahren, müssen alle unsere Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden 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 (1) AktG und wie im Deutschen Corporate Governance Kodex gefordert, ist das Senior Management für sein Geschäft verantwortlich und hat bei der Erfüllung seiner Aufgaben die Sorgfalt einer ordentlichen und gewissenhaf-



ten Geschäftsleitung walten zu lassen. Die Aufrechterhaltung der Compliance ist Teil dieser gesetzlichen Verpflichtung, wird im Rahmen der Verteilung der Geschäftsverantwortung dem General Counsel / VP Legal und Head of Legal Compliance übertragen.

Um die Einhaltung dieses Governance-Standards zu gewährleisten, haben wir auf operativer Ebene einen dedizierten Compliance-Ausschuss eingerichtet, dem Markus Boser (CFO), Timo Wilke (General Counsel / VP Legal), Christian Schröder (VP Tax and Risk Management) und Matthew Perry (Head of Legal 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 Legal Compliance sofort eine Sitzung ein. Diese Struktur stellt die Einbeziehung von Vorstand und Risikofunktion bei allen wichtigen Compliance-relevanten Themen sicher.

Während der Sitzungen informiert der Head of Legal Compliance zum Stand des Compliance-Management-Systems bei AUTO1 sowie über alle Compliance-Verstöße, laufende Untersuchungen und Berichte, die das Compliance Team über unsere Whistleblowing-Kanäle erhalten hat. Weitere Themen sind Risikomanagement- und Nachhaltigkeitsaspekte. Sollte ein Compliance-Verstoß Disziplinarmaßnahmen erfordern, werden diese im Rahmen der geltenden gesetzlichen Bestimmungen durch den Compliance-Ausschuss festgelegt. Bei Be-

darf sind nichtständige Mitglieder des Compliance-Ausschusses, wie zum Beispiel leitende Mitarbeitende aus dem People Team, zur Unterstützung dieses Prozesses einzubeziehen.

Grundlage für alle unsere Compliance-Maßnahmen ist unsere jährliche Compliance-Risikoanalyse, die alle potenziellen rechtlichen Risiken abdeckt, denen wir ausgesetzt sind. Um potenzielle Risiken zu beurteilen, veranstalten wir Workshops mit 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. 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 und Reporting-Governance

Eines der zentralen Elemente unseres umfassenden Compliance-Programms sind unsere Maßnahmen zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Wir sehen es als Teil unserer Unternehmensverantwortung 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 Geschäftsabläufen weder Korruption noch Bestechung dulden, haben wir eine Richtlinie zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption eingeführt, die auf diesem Grundsatz aufbaut. Sie dient unseren Mitarbeitenden als Leitlinie 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 und 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 gewährleisten, haben wir ein spezielles Compliance-Trainingsprogramm eingerichtet, das im Rahmen des Onboardings neuer Mitarbeitenden beginnt und während ihrer Betriebszugehörigkeit im Unternehmen fortgesetzt wird.

Im Jahr 2023 haben wir eine überarbeitete Version unserer jährlichen obligatorischen Compliance-Schulungen zu diesem Thema eingeführt.

Menschenrechte

AUTO1 hat sich verpflichtet, die Menschenrechte zu achten, sowohl intern als auch in Bezug auf seine Geschäftspartner und innerhalb seiner Lieferkette. Wir sind uns der Bedeutung der Menschenrechte in unserer täglichen Arbeit bewusst und wissen, welche Auswirkungen sie auf arbeitsrechtliche Aspekte haben. Wir erkennen auch den Zusammenhang und die Bedeutung von Umwelteinflüssen auf die Menschenrechte an. Wir bekennen uns zur UN-Charta und zur Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, haben im Jahr 2023 eine neue konzernweite Richtlinie zu Menschenrechten und Arbeitsbedingungen eingeführt und auf unserer Website veröffentlicht. Unser Ziel ist es, in unserem Unternehmen und bei unseren direkten und indirekten Geschäftspartnern einen Standard in Bezug auf Menschenrechte und Umwelt zu setzen und gleichzeitig die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen, die sich aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) ergeben, das 2024 in Kraft treten wird. In diesem Zusammenhang haben wir einen eigenen Menschenrechtsbeauftragten ernannt, der für alle menschenrechtsbezogenen Angelegenheiten der Gruppe verantwortlich ist.

Die Grundlage unserer Bemühungen für die Einhaltung der Menschenrechte ist eine Risikoanalyse. Nach einer Risikobewertung im Rahmen unserer Compliance-Risikoanalyse sind wir zu dem Schluss gekommen, dass das Risiko von Menschenrechtsverletzungen für uns gering ist. Dies liegt vor allem an der Einhaltung der EU-Arbeitsnormen, dem Beziehen

unserer Produkte aus der EU und der Zusammenarbeit mit Unternehmen, deren Sitz hauptsächlich in der EU liegt. Das minimiert das Risiko von Menschenrechtsverletzungen in unserer Lieferkette.

Dennoch haben wir eine Reihe von Maßnahmen eingeführt, die dazu beitragen, das potentielle 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, bei Auffälligkeiten Hintergrundprüfungen durchzuführen. Auch wenn dies häufig als eine Maßnahme zur Bekämpfung von Geldwäsche, Korruption und somit auch Geschäftspartner, die unter dem Gesichtspunkt der Menschenrechte eher ein Risiko darstellen könnten, und Aktivitäten, die sich auf die Umwelt auswirken, vermeiden.

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 Geschäftspartner angemessen identifizieren und somit auch Geschäftspartner vermeiden, die unter dem Gesichtspunkt der Menschenrechte eher ein Risiko darstellen könnten, und Aktivitäten, die sich auf die Umwelt auswirken, vermeiden.

Zudem haben wir im Jahr 2023 ein umfassendes Due-Diligence-Programm für Dritte ausgearbeitet, das im kommenden Geschäftsjahr vollständig umgesetzt werden soll. Mit diesem Verfahren wird die Anforderung erfüllt, bei der Auftragsvergabe an Dritte auf der Grundlage einer Risikobewertung verschiedene Stufen der Sorgfaltspflicht durchzuführen. Dies bedeutet, dass Transaktionen in bestimmten Gebieten und Branchen und/oder solche mit einer hohen Vertragssumme oder Bindungsfrist, die ein erhöhtes Risiko für uns darstellen, einem speziellen Due-Diligence-Prozess für Dritte unterzogen werden. Im Rahmen dieses Prozesses verlangen wir von potenziellen Geschäftspartnern die Bereitstellung der erforderlichen Informationen, damit das Compliance Team eine umfassende Hintergrundprüfung der Partei durchführen kann. Durch diese Hintergrundüberprüfungen wird sichergestellt, dass wir Geschäftspartner vermeiden, die ein erhöhtes Risiko von Compliance-Verstößen, einschließlich Bestechung und Korruption sowie Menschenrechtsverletzungen, darstellen.

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 2023 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 eingerichtet, die die Anforderungen der EU-Richtlinie über die Meldung von Missständen 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 Mitarbeitenden 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 Mitarbeitenden oder Dritte, jeden (vermuteten) Compliance-Verstoß zu melden. Als Alternative und für anonyme Meldungen hat AUTO1 die Dienste von der Rechtsanwältin Dr. Margarete Gräfin von Galen als externe Ombudsperson in Anspruch genommen. Schließlich ist der Kanal



employeeconcerns@auto1.com, für den die People und die Legal Teams gemeinsam zuständig sind, ein Meldekanal, der darauf abzielt, arbeitsbezogene Probleme wie mögliche Belästigung oder Diskriminierung zu lösen.

Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeitenden 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 eingeführt, die allen Mitarbeitenden 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 sowie einen Überblick über unser Verfahren zur Untersuchung von Berichten im Compliance-Bereich auf unserer Group-Website eingestellt.

Im Jahr 2023 wurde uns ein bestätigter Konflikt zwischen Mitarbeitenden und ein Compliance-Verstoß von Mitarbeitenden über die oben genannten Kanäle zur Kenntnis gebracht bzw. gemeldet. Diese betrafen Belästigung und Diebstahl und waren Gegenstand von Untersuchungen und der Verhängung von Disziplinarmaßnahmen für die Mitarbeitenden.

Datenschutz und -sicherheit

Als datengetriebenes Unternehmen verarbeiten wir enorme Datenmengen, die teilweise als personenbezogene Daten zu kategorisieren sind. Wir betrachten (personenbezogene) Daten als ein sensibles Gut, das geschützt werden muss. Den rechtlichen Anforderungen an den Datenschutz und der Verantwortung, die wir als Datenverantwortliche für die Daten unserer Geschäftspartner und Beschäftigten empfinden, tragen wir durch unsere Unternehmensrichtlinien Rechnung, die einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten gewährleisten. Für uns gehört der Schutz personenbezogener Daten zu unserer unternehmerischen und sozialen Verantwortung und streben nach Transparenz. Dies ist entscheidend dafür, dass unsere Kund*innen uns auch in Zukunft vertrauen und wir unser Geschäft nachhaltig ausbauen können.

Unser Unternehmen unterliegt den bestehenden und neuen Gesetzen zum Schutz der Privatsphäre und des Datenschutzes. Daher ist der Datenschutz für AUTO1 von strategischer Bedeutung und wir haben wirksame Governance-Maßnahmen etabliert, um die Vertraulichkeit und Sicherheit der Kund*inneninformationen zu bewahren und die Einhaltung der geltenden Gesetze zu gewährleisten. Auf der einen Seite setzen wir aktiv auf fortschrittliche Technologien und Sicherheitsmaßnahmen, um den Schutz sensibler Informationen zu verstärken und so die mit unbefugtem Zugriff, Missbrauch und Datenverlust verbundenen Risiken zu mindern. Gleichzeitig legen wir einen strategischen Schwerpunkt auf den menschlichen Faktor im Bereich der Datensicherheit.

AUTO1 hat außerdem Unternehmensrichtlinien und Betriebsabläufe für die Erhebung, Nutzung und Aufbewahrung personenbezogener und sensibler Daten eingeführt. Wir haben eine verbindliche Datenschutz- und IT-Sicherheitsrichtlinie implementiert, die klare Richtlinien und Anweisungen für unsere Mitarbeitenden zu diesem Thema enthält. Ergänzend dazu führt AUTO1 jährlich Schulungen durch die interne AUTO1 Akademie durch, die für alle Mitarbeitenden konzernweit verpflichtend sind⁸. Darüber hinaus entwickelt AUTO1 kontinuierlich weitere Inhalte, die speziell auf die verschiedenen Aufgabenbereiche unserer Mitarbeitenden zugeschnitten sind.

Als Grundlage unserer Datenschutzmaßnahmen und damit des darauf aufbauenden Datenschutzmanagementsystems führen wir jährlich eine Compliance-Risikoanalyse durch, in der das Risiko der Nichteinhaltung von Datenschutzanforderungen bewertet wird. Parallel dazu haben wir im Jahr 2021 eine externe Prüfung unseres Datenschutzmanagementsystems durch PriceWaterhouseCoopers in Auftrag gegeben. Die Prüfung ergab, dass es in unserer Organisation keine Warnsignale oder schwerwiegenden Datenschutzbedenken gab. Dennoch halten wir Datenschutz aufgrund unserer Risikoanalyse und unseres Charakters als datengesteuertes Unternehmen für äußerst wichtig und sehen ihn als zentralen Aspekt unserer Compliance- und Regulierungsüberlegungen. Im Zusammenhang mit der Compliance-Risikoanalyse arbeitet AUTO1 an der Entwicklung zusätzlicher Kontrollmaßnahmen, um die nachhaltige Integration des Datenschutzes in unseren Unternehmensbereichen zu überwachen und kontinuierlich zu verbessern.

Für die Gewährleistung des Datenschutzes haben wir eine Person mit dem Datenschutz beauftragt 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,

⁸ Mitarbeitende in unseren Produktionszentren, die ihre Aufgaben nicht am Computer erledigen, erhalten Zugang zu unserem Schulungsprogramm durch spezielle Bildschirme an ihrem Arbeitsplatz.

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.

Internet-Sicherheit

Als eine der führenden Gebrauchtwagenplattformen fördert AUTO1 aktiv die Cybersicherheit und die Sicherheit der Aktivitäten in der digitalen Welt. Im Jahr 2023 machte AUTO1 weitere Fortschritte durch die Stärkung und Gewährleistung der Cybersicherheit und des Schutzes der online verarbeiteten Daten. Darüber hinaus haben wir unseren Markenschutz weiter verbessert, da Markenverletzungen erhebliche Auswirkungen auf Verbraucher und Unternehmen haben können.

Das designierte Team von AUTO1 setzte seine Bemühungen gegen internetbasierten Markenmissbrauch im Jahr 2023 fort. Dieses interdisziplinäre Team besteht nicht nur aus Mitgliedern der Rechts- und Compliance-Abteilung, sondern bindet auch den Vorstand des Unternehmens und leitende Mitglieder der Technologieabteilung aktiv ein. Bei Bedarf arbeitete unser Expertenteam mit externen Partnern zusammen, um einen umfassenden Ansatz für potenzielle Bedrohungen für die virtuelle Präsenz von AUTO1 zu entwickeln.

Die interne Struktur von AUTO1 stellt sicher, dass potenzielle Sicherheitsvorfälle sofort gemeldet und behoben werden können. Die aus dieser Reporting-Infrastruktur erhobenen Daten bilden die Grundlage für die laufende Risikoanalyse und die Entwicklung wirksamer Gegenmaßnahmen. Auf diese Weise wurden Marken- und Urheberrechte im digitalen Raum mit allen erforderlichen Mitteln durchgesetzt, sei es durch rechtliche Schritte und im Einklang mit den bestehenden Internetgesetzen und/oder durch die Einrichtung interner Meldeverfahren.

Neben diesen Gegenmaßnahmen konzentrierte sich AUTO1 weiterhin auf vorsorgliche Maßnahmen, die insbesondere dem Schutz und der Vermeidung von Sicherheitsverstößen im Internet dienen. Um uns vor Registrierungen Dritter zu warnen und potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen, wurde eine aktive Überwachung unserer Domain, Seiten und Plattformen durchgeführt. Durch die Integration der Multi-Faktor-Authentifizierung in unsere Sicherheitsstrategie haben wir unsere Fähigkeit gestärkt, die Vertraulichkeit und Integrität der von uns verarbeiteten sensiblen Daten zu wahren,

was ein wichtiger Aspekt bei der Reduzierung des Risikos von Markenmissbrauch ist. Angesichts der weltweiten Zunahme von Supply-Chain-Angriffen im Jahr 2022 legte AUTO1 im Jahr 2023 bei der Auswahl von Geschäftspartnern wiederum Wert auf externe Sicherheitsstandards und Compliance-Praktiken, um das Gesamtrisiko zu minimieren und eine umfassende Sicherheitsstrategie sicherzustellen.

Die Technologielandschaft wird ständig beobachtet und analysiert. Die Bereitschaft von AUTO1, jederzeit proaktiv Sicherheitsmaßnahmen zu ändern, zu erweitern oder neue einzuführen, hat effektiv zur Minderung von Risiken und Bedrohungen beigetragen. AUTO1 ist dem Schutz der Interessen des Unternehmens sowie der Verbraucher verpflichtet und pflegt zur Wahrung dieser Interessen die Zusammenarbeit mit Behörden, Finanzinstituten und großen Automobilhandelsplattformen.

Die IT-Sicherheitspolitik von AUTO1 orientierte sich weiterhin an Branchenstandards und berücksichtigte daher aktiv die mit künstlicher Intelligenz (KI) verbundenen Risiken. Regelmäßige Phishing-Simulationen und Mitarbeiterschulungen zu verschiedenen Angriffsarten wie Trojanern, Phishing und Ransomware trugen dazu bei, das Bewusstsein für Cybersicherheit zu schärfen und einen sicheren Umgang mit Daten zu gewährleisten. AUTO1 hat effektiv zu seinem Ziel beigetragen, digitale Bedrohungen zu minimieren und einen soliden Schutz für seine Marken und die Verbrauchersicherheit im Jahr 2023 zu gewährleisten.

Steuerkonformität und Governance

Ziel der AUTO1 Group ist es, den mit der Einhaltung der Steuervorschriften verbundenen Verwaltungsaufwand zu minimieren und gleichzeitig die Steuergesetze, -regeln und -vorschriften in allen Gerichtsbarkeiten, in denen die AUTO1 Group tätig ist, vollständig und effizient einzuhalten. Steuererklärungen, Ansprüche und Zahlungen müssen pünktlich und korrekt erfolgen, Zinsen und Strafen müssen vermieden werden. Die Steuerpraxis von AUTO1 wird von einer globalen Organisation geleitet, in der Rollen definiert wurden, um eine effiziente Struktur sicherzustellen, wobei:

- Die gesamte Steuerpolitik und -strategie ist in den Hauptsitzen zentralisiert, zusammen mit globalen Controlling-Funktionen und Fachexperten, die das lokale Management unterstützen.
- Die Einhaltung der lokalen Steuervorschriften und die Steuererklärung liegen in der Verantwortung des lokalen Managements, das sich von der globalen Richtlinie und den verfügbaren Richtlinien leiten lässt.

AUTO1 verfügt über das erforderliche Maß an ausgebildeten Steuerfachleuten, um ein angemessenes Verständnis des AUTO1-Geschäftsmodells sicherzustellen, die Steuererklärungsanforderungen zufriedenstellend und zeitnah zu erfüllen und die Informationen zu entwickeln und zu pflegen, die erforderlich sind, um zu erklären, wie sich Geschäftsentscheidungen von AUTO1 auf einzelne Steuererklärungen ausgewirkt haben.

Im Rahmen der Tax Governance überwacht das Steuerteam ständig die geplanten Änderungen der Steuervorschriften in den Ländern, in denen die AUTO1 Group tätig ist, sowie auf multinationaler Ebene (EU, OECD usw.). Bei Bedarf werden die Steuerprozesse bei AUTO1 jeweils an die Änderungen der Vorschriften und Steuerpraxis angepasst, um die erforderliche Steuerkonformität sicherzustellen.

In diesem Sinne hat die AUTO1 Group ihre Steuerstrategie auf die aktuellen nationalen und internationalen Steuervorschriften gestützt und ist sich der Bedeutung und Notwendigkeit ihres Beitrags zu den öffentlichen Finanzen der verschiedenen Gebiete, in denen sie tätig ist, bewusst. Die Finanzpolitik basiert auf vier Grundpfeilern:

- Verantwortung bei Entscheidungen und Handlungen in Steuerangelegenheiten.
- Steuerbeiträge dort, wo die Aktivitäten stattfinden. Das Ziel von AUTO1 bestand nie darin, Aktivitäten oder Gewinne aus rein steuerlichen Gründen in bestimmte Gerichtsbarkeiten zu verlagern.
- Transparenz aller Informationen, die AUTO1 den Aktionären, dem Markt und den verschiedenen Interessengruppen, mit denen es verbunden ist, zur Verfügung stellt; auch diese Informationen sind zugänglich, transparent und zuverlässig.
- Die Zusammenarbeit mit den verschiedenen öffentlichen Verwaltungen der Länder, in denen AUTO1 vertreten ist, unterliegt stets den soliden Werten der Professionalität, der Zusammenarbeit, des Wohlwollens, des gegenseitigen Vertrauens und des gegenseitigen Respekts.

Wir halten sie für wichtig, um unsere Wettbewerbsposition zu behaupten und sowohl bei unserer Finanzierung als auch bei den Produkten und Dienstleistungen, die wir unseren Kunden anbieten, weiterhin innovativ zu sein.



AUSBLICK

Wir freuen uns sehr, unsere Reise im Jahr 2024 fortzusetzen. Wir sind davon überzeugt, dass wir die Kraft haben, einen der größten Märkte der Welt zu verändern, indem wir herausragende Erlebnisse für unsere Kunden schaffen, während wir den europäischen Gebrauchtwagenmarkt auf unsere Plattform verlagern. Unser hochtalentiertes Team ist nicht nur äußerst motiviert, die Verbesserungen unserer Plattform fortzusetzen und Innovationen für unsere Kunden zu entwickeln, sondern auch begeistert davon, dies nachhaltig zu tun.

Infolgedessen werden wir den Markt weiterhin revolutionieren und einen beispiellosen Mehrwert schaffen, während wir gleichzeitig mit unseren ESG-Initiativen Fortschritte machen:

- **Die Umwelt:** Wir übernehmen auch in diesem Jahr und in den kommenden Jahren unsere Verantwortung für die Umwelt, indem wir unseren CO₂-Fußabdruck reduzieren, Pionierarbeit bei der Elektrifizierung des Gebrauchtwagenmarktes leisten und eine Kreislaufwirtschaft im Automobilbereich fördern. Letzteres wird in unserer Offenlegung der EU-Taxonomie und der Identifizierung unserer Geschäftsaktivitäten im Rahmen ihres vierten Umweltziels hervorgehoben: Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft. Darüber hinaus haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2030 klimaneutral zu werden, dazu gehören unter anderem unsere Büros, Produktionszentren und unser Einkaufsfilialennetz. Zu Beginn dieses Jahres sind wir dabei, 182 Solarmodule

in unserem Produktionszentrum in den Niederlanden zu installieren, womit wir bis 2024 in den Niederlanden energieneutral sein wollen. Darüber hinaus sind wir weiterhin der größte Händler für gebrauchte Elektrofahrzeuge in Europa und sind überzeugt, dass die Elektrifizierung des europäischen Automarktes die Reduzierung des Kohlenstoffausstoßes unseres Planeten unterstützt. Im Jahr 2024, im ersten Anwendungsjahr, werden wir auch auf die ESG-Berichterstattung im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive umstellen, was es uns ermöglicht, uns noch stärker auf einen KPI-basierten Ansatz für unsere Umweltberichterstattung zu konzentrieren.

- **Unsere Mitarbeitenden:** Wir betrachten Vielfalt als Stärke und sind stolz darauf, mit Menschen unterschiedlicher Herkunft zusammenzuarbeiten. Da wir davon überzeugt sind, dass dies ein Schlüsselfaktor für den Erfolg unseres Unternehmens ist, haben wir im Jahr 2023 mehrere Initiativen gestartet, die sich auch in den kommenden Jahren positiv auswirken werden. Eine dieser Initiativen war eine Zusammenarbeit mit Inklupreneur in Deutschland, mit dem wir eine Inklusionsstrategie entwickelt haben. In diesem Jahr werden wir weiter an unseren Personalprozessen arbeiten und in der gesamten Gruppe für mehr Bewusstsein sorgen, um mehr Mitarbeitende mit Behinderungen einzustellen und ein noch integrativerer Arbeitsplatz zu werden. Darüber hinaus werden wir unseren Mitarbeitenden weiterhin die Bildung und Teilnahme an geförderten AUTO1 Communities auf Gruppenebene ermöglichen.
- **Unsere Gesellschaft:** Wir sind bestrebt, einen positiven Beitrag zu den Gemeinschaften zu leisten, in denen wir arbeiten und tätig sind. Dies erreichen wir, indem wir in einer Branche, die traditionell undurchsichtig und komplex war, für Transparenz sorgen. In diesem Jahr werden wir unser Einkaufsfilialennetz weiter ausbauen, um noch näher an unseren Kunden zu sein und unser Produkt noch komfortabler zu machen. Einige dieser neuen Spots haben wir bereits im Jahr 2023 an Standorten gestartet, die von potenziellen Kunden stark frequentiert werden, beispielsweise auf Parkplätzen von Supermärkten. Wir glauben, dass wir das Potenzial haben, bis zu 1.000 zusätzliche Standorte in ganz Europa hinzuzufügen.

- **Unsere Governance:** Wir werden unsere bereits erstklassigen Governance- und Compliance-Maßnahmen weiter verbessern, wobei der Schwerpunkt auf der Förderung von Projekten durch unseren ESG-Ausschuss auf Aufsichtsratsebene liegt, da wir davon überzeugt sind, dass sich diese direkt auf unsere Fähigkeit auswirken, unsere geplante Nachhaltigkeitsstrategie zu verfolgen. Als Unternehmen, das im ersten Jahr nach der Corporate Sustainability Reporting Directive berichtet, werden wir uns auch weiterhin auf den Übergang zu einer stärker KPI-gesteuerten ESG-Offenlegung konzentrieren und uns darauf vorbereiten, im Jahr 2024 umfassendere gesetzliche Anforderungen zu erfüllen.

Obwohl wir im Jahr 2023 spürbare Fortschritte gemacht haben, gibt es noch Raum für Verbesserungen. Wir sind bestrebt, die Herausforderungen innerhalb unserer Organisation und der Automobilindustrie als Ganzes anzugehen und zu bewältigen und auf unserem weiteren Weg Verbesserungsstrategien zu definieren.

Sustainability Accounting Standards Board Angaben zur Offenlegung

THEMA	SASB ACCOUNTING KENNZAHLEN	KATEGORIE	MASSEINHEIT	IM BERICHT ANGEGEBENE DATEN
Energie-Management in Handel und Vertrieb	(1) Insgesamt verbrauchte Energie, (2) Prozentualer Anteil von Netzenergie, (3) Anteil der erneuerbaren Energien	Quantitativ	Gigajoule (GJ), Prozentsatz (%)	(1) 65.048 GJ (2) 49,68% (3) 29,50%
Datenschutz	Beschreibung des Ansatzes zur Ermittlung und Behebung von Datensicherheitsrisiken	Erläuterung und Analyse	n/a	Seiten 54-55
	(1) Anzahl der Datenschutzverletzungen, (2) Prozentsatz der personenbezogenen Daten (PII), (3) Anzahl der betroffenen Kunden	Quantitativ	Anzahl, Prozentsatz (%)	(1) 0 (2) 0% (3) 0
Arbeitsrechtliche Aspekte	(1) Durchschnittlicher Stundenlohn und (2) Anteil Mitarbeitende mit Mindestlohn	Quantitativ	Angaben Währung, Prozentsatz (%)	(1) 14,71 EUR (2) 0%
	(1) freiwillige und (2) unfreiwillige Fluktuationsrate für Mitarbeitende in Geschäften	Quantitativ	Rate	(1) 50% (2) 50%
	Gesamtbetrag der monetären Verluste infolge von Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit Verstößen gegen das Arbeitsrecht	Quantitativ	Angaben Währung	19K EUR
Vielfalt und Inklusion der Beschäftigten	Prozentuale Vertretung von Geschlecht und ethnischer Gruppen für (1) Management und (2) alle anderen Mitarbeitenden	Quantitativ	Percentage (%)	(1) 22,9% Frauen (2) 69,6% Männer / 27,5% Frauen / 2,9% Nicht angegeben
	Gesamtbetrag der finanziellen Verluste infolge von Gerichtsverfahren im Zusammenhang mit Diskriminierung am Arbeitsplatz	Quantitativ	Angaben Währung	0 EUR
Produktbeschaffung, Verpackung & Vermarktung	Erträge aus Produkten, die von Dritten nach ökologischen und/oder sozialen Nachhaltigkeitsstandards zertifiziert wurden	Quantitativ	Angaben Währung	0%
	Erläuterung von Verfahren zur Bewertung und Bewältigung von Risiken und/oder Gefahren im Zusammenhang mit Chemikalien in Produkten	Erläuterung und Analyse	n/a	Im Jahr 2023 haben wir keine wesentlichen Mengen an Chemikalien eingesetzt.
	Erläuterung von Strategien zur Verringerung der Umweltauswirkungen von Verpackungen	Erläuterung und Analyse	n/a	Wir versenden keine verpackten Produkte, z. B. Gebrauchtwagen, und versuchen, alle Verpackungen, die wir erhalten, zu recyceln.

Sustainability Accounting Standards Board Angaben zur Offenlegung

ACCOUNTING KENNZAHLEN	KATEGORIE	MASSEINHEIT	IM BERICHT ANGEGEBENE DATEN
Anzahl der: (1) Verkaufsstellen und (2) Vertriebszentren	Quantitativ	Anzahl	Wir haben (1) keine Verkaufsstellen und (2) keine eigenen Vertriebszentren.
Gesamtfläche von: (1) Verkaufsflächen und (2) Vertriebszentren	Quantitativ	Quadratmeter (m ²)	(1) null und (2) null



AUTO1 | GROUP

Bergmannstraße 72, 10961 Berlin, Deutschland
+4930201638360
info@auto1-group.com