

2022 ESG-BERICHT

EINE NACHRICHT UNSERES VORSTANDS



Im August letzten Jahres haben wir unser 10-jähriges Jubiläum gefeiert. Wir haben das Unternehmen gegründet, um die Bedürfnisse von Kund*innen nach Transparenz und Vergleichbarkeit auf dem Gebrauchtwagenmarkt, einer Branche, die als eine der undurchsichtigsten Wirtschaftszweige in Europa bekannt ist, zu erfüllen. Im August letzten Jahres haben wir unser 10-jähriges Jubiläum gefeiert. Die ersten 10 Jahre unserer Reise waren in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich. Wir haben eine Plattform geschaffen, die den gesamten Gebrauchtwagenmarkt grundlegend verändert. Jedes Produkt auf unserer Plattform wird stets mit dem Ziel entwickelt, die Zufriedenheit unserer Kund*innen zu erhöhen. Bis heute haben wir Millionen Kund*innen dabei unterstützt, Autos zu kaufen und zu verkaufen. Gleichzeitig haben wir ein Weltklasse-Team aufgebaut, das uns zum Marktführer gemacht hat, wir haben mit tausenden Partnerhändler*innen zusammengearbeitet, Millionen Kund*innen haben unsere Produkte genutzt und im Jahr 2022 haben wir einen Umsatz von 6,5 Milliarden EUR erzielt.

Wir sind Teil der automobilen Kreislaufwirtschaft und sind überzeugt davon, dass die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in unsere tägliche Arbeit das Wachstum



unseres einzigartigen Geschäftsmodells fördert. Wir haben eine solide Grundlage für Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte geschaffen, sei es unsere Governance-Struktur, der Einsatz von Transportern mit möglichst geringen Emissionen oder unser Engagement für unsere Mitarbeitenden.

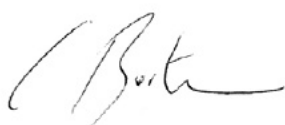
2022 war ein einzigartiges Jahr für uns. Das makroökonomische Umfeld war sehr volatil, es gab hohen Inflationsdruck und der Transportmarkt für Autos litt unter Lieferengpässen. Wir sind stolz darauf, dass wir trotz dieser Marktbedingungen wichtige Fortschritte bei unserem ESG-Ansatz gemacht haben: Es freut uns sehr, dass MSCI unser ESG-Rating im Oktober 2022 von BBB auf AA aufgrund unserer erheblichen Verbesserungen in allen drei ESG-Bereichen im Jahr 2022 hochgestuft hat. Die wichtigsten Faktoren für unsere erstklassige Performance sind:

- Starkes Datenmanagement, dies umfasst die Aufsicht auf Vorstandsebene über die Datensicherheitssysteme und Mitarbeitendenschulungen zu Cybersicherheitsmaßnahmen
- Konsequente ethische Geschäftspraktiken, wie etwa eine detaillierte Richtlinie gegen Korruption und Bestechung und regelmäßige Mitarbeitendenschulungen zu ethischen Standards
- Eine gezielte Cleantech-Strategie, die unsere Investitionen in effiziente Technologien zur Bewertung von Elektroauto-Batterien umfasst, um den Handel mit gebrauchten Elektro- und Hybridfahrzeugen zu verbessern.

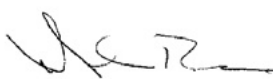
Die Veröffentlichung unseres zweiten ESG-Berichts in diesem Jahr ist für uns nicht nur wichtig, um unseren Kund*innen, Mitarbeitenden, Partner*innen und Aktionär*innen gegenüber Transparenz zu schaffen, sondern auch ein wichtiger Meilenstein, um uns selbst in die Pflicht zu nehmen.

Dieser Bericht zeigt, dass wir bei einigen ESG-Initiativen wichtige Fortschritte gemacht haben, während wir in anderen Bereichen noch ganz am Anfang unserer Reise stehen. Wir freuen uns, in das neue Jahr zu starten.

Danke, dass Sie uns auf diesem Weg begleiten.



Christian Bertermann
CEO und Mitgründer
der AUTO1 Group



Markus Boser
CFO der AUTO1 Group



UNTERNEHMENSPROFIL

AUTO1 Group SE (im folgenden "AUTO1") ist Europas führende 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 und beschäftigen über 6.000 Mitarbeitende. Im Jahr 2022 haben wir 649.709 Fahrzeuge verkauft. Eine ausführliche Beschreibung unseres Geschäftsmodells finden Sie im entsprechenden Abschnitt des zusammengefassten Lageberichts in Kapitel 3 unseres Geschäftsberichts.

ca. 6.000

Mitarbeitenden



30+

Ländern



22

Länder mit
Standorten



99

Unterschiedliche
Nationalitäten



3.600.000+

Fahrzeuge von Kund*innen
gekauft und verkauft



Unsere Wertschöpfungskette



Wir glauben, dass unser einzigartiges Geschäftsmodell, wie es in dem Modell unserer Wertschöpfungskette dargestellt ist, das Potenzial hat, einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft in Europa zu leisten. Bei der Erstellung dieses Berichts haben wir die Auswirkungen unseres Modells auf Nachhaltigkeit neu analysiert.

Unser Ansatz für die nichtfinanzielle Berichterstattung

Als Europas führende Handelsplattform für Gebrauchtwagen 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 2022 wurde gemäß § 289b Absatz 1 und 3 sowie § 315b Absatz 1 und 3 HGB erstellt.

Zudem findet die EU-Verordnung über die Schaffung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen (Taxonomie-Verordnung) Anwendung. Entsprechend haben wir den 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 darüber hinaus am Berichtsstandard des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und dessen Schwerpunkt auf die Offenlegung branchenspezifischer 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 SASB-Standard fallen wir in die dort definierten Kategorien Consumer Goods, Primary Industry Multiline & Speciality Retailer und Distributor. Die Anwendung des SASB-Standards ermöglicht es uns, bei der Erstellung unserer Nachhaltigkeitskennzahlen die gleichen strengen Maßstäbe wie bei unseren Finanzberichten anzulegen. So können wir unseren Aktionär*innen, Geschäftspartner*innen und der Öffentlichkeit einen umfassenden Überblick über unsere nichtfinanziellen Kennzahlen und Leistungen bieten, damit sie unsere Nachhaltigkeitsbemühungen transparent bewerten können.

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 ergreifen.“ Dazu zählen Klimaschutz, Verringerung der Treibhausgase und die Einhaltung des Pariser Abkommens vom Dezember 2015. Uns ist die Bedeutung dieses Ziels bewusst und wir unterstützen es.

ZIEL
5



Soziale Fragen: Geschlechtergleichheit

Dieses Ziel für nachhaltige Entwicklung fordert „Geschlechtergleichstellung zu erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung 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 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*innen 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 zur Einhaltung rechtlicher Anforderungen notwendigen Risikomanagement-, Compliance- und Governance-Standards erfüllen und sicherstellen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umsetzen können. Im Rahmen dieser Bewertung haben wir unser Geschäftsmodell analysiert und mit internen und externen Stakeholdern zusammengearbeitet. 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 als auch unsere potenziellen Schwächen und Risiken, die Einfluss auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie 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 Zusammenarbeit 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 und Accounting-Abteilungen beteiligt. Gemeinsam mit Stakeholdern verschiedener Funktionsstufen wurde auf ein breites Spektrum an Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen und -Aspekten unseres Geschäfts 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 online 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 nachhaltige Entsorgung von Müll auf unseren Betriebsgeländen und in den Produktionsanlagen in unsere Überlegungen einbezogen. Auf eine nachhaltige Umwelt einzuzahlen ist unser oberstes ESG-Ziel.

Mit rund 6.000 Mitarbeitenden, 99 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 neu bewertet, da es unser Ziel ist, unsere Struktur an diesen Vorgaben auszurichten. In Hinblick darauf haben wir unsere Strategie zur Risikominderung, unsere Maßnahmen zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung, zur Datensicherheit und Datenschutz, zur Einhaltung der Menschenrechte sowie die Unabhängigkeit unseres Aufsichtsrats, des Prüfungsausschusses und der speziellen Governance-Struktur für Nachhaltigkeit bewertet. Ein besonderer Schwerpunkt waren hier die Themen Vielfalt und Inklusion, die Entscheidungswege sowie die Integration und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsaspekten in diesen Gremien.

Unser nichtfinanzielles Risikomanagement

Unter Beteiligung des Vorstands und mit dessen Zustimmung haben die Risikomanagement- und Compliance-Teams die wichtigsten Risiken, denen wir als Unternehmen ausgesetzt sind, bewertet. Einschließlich jener Risiken, die unsere Nachhaltigkeitsstrategie beeinflussen könnten. Unser

interner Due-Diligence-Ansatz umfasste eine konzernweite ESG-Risikobewertung, bei der Umwelt-, Arbeitnehmer und Sozialfragen, Menschenrechte, Governance und Compliance berücksichtigt wurden. Dabei wurden sowohl unser Einfluss auf diese Risiken als auch deren Auswirkung auf unser Unternehmen bewertet. Zudem haben wir unsere jährliche Compliance-Risiko-Bewertung durchgeführt, zu der auch eine Beurteilung unseres Nachhaltigkeitsrisikoprofils gehört.

Im Jahr 2022 haben wir unsere Praktiken an den aktualisierten Deutschen Corporate Governance Kodex angepasst. Der Kodex enthält auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Empfehlungen, insbesondere die Empfehlungen A2 und A3. Diese neuen Grundsätze und Empfehlungen stellen die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung und -kontrolle dar und treiben die Nachhaltigkeitstransformation von AUTO1 voran.

Zur kontinuierlichen Überwachung unserer nichtfinanziellen Risiken haben wir ein Whistleblowing-System mit einer entsprechenden Richtlinie implementiert. Darüber können sowohl intern als auch extern Meldungen an uns gerichtet werden. Im Jahr 2022 haben wir keine Meldungen über unser Whistleblowing-System erhalten.

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 Nachhaltigkeitskonzepte 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, die im Abschnitt Governance dieses Berichts näher beschrieben wird, 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 stolz auf unsere bisherigen ESG-Erfolge und freue mich darauf, unseren Weg fortzusetzen, um weiterhin Fortschritte zu erzielen. ”

Markus Boser
Chief Financial Officer

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



“ Wir sind bestrebt, einen positiven Beitrag zu den Gemeinschaften zu leisten, in denen wir arbeiten und tätig sind. ”

Anne-Kristin Müller
VP Operations & People

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



“ Die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in unsere tägliche Arbeit ist für das Wachstum unseres einzigartigen Geschäftsmodells von zentraler Bedeutung. ”

Matthew Perry
Head of Legal Compliance

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

		Wesentlich nach HGB	Wesentlich für AUTO1
02	EINE NACHRICHT UNSERES VORSTANDS		●
04	UNTERNEHMENSPROFIL	●	●
06	EINLEITUNG DES ESG-BERICHTS	●	●
01	13 DIE UMWELT		
14	Unser Geschäftsmodell	●	●
17	Jährliches CO2-Audit	●	●
20	Initiativen zur Entlastung	●	●
21	EU-Taxonomie	●	●
02	27 UNSERE MITARBEITENDEN		
28	Einführung	●	●
29	Abbildung Vielfalt	●	●
30	SASB Arbeitnehmer*innen KPIs	●	●
31	Initiativen unserer Mitarbeitenden	●	●
35	Umfrage zum Engagement	●	●
36	Einfluss als Arbeitgeber	●	●
37	Sicherheit und Gesundheit	●	●
03	39 UNSERE GEMEINSCHAFT		
40	Auswirkungen auf die Mobilität	●	●
41	Transparenz und Verbraucherschutz	●	●
42	Transparenz in der Customer Journey – Interview mit Maria Kotti, VP Customer Journey		●
45	Wirtschaftliches Wachstum	●	●
47	Soziale Initiativen		●
04	48 UNSERE GOVERNANCE		
50	Einführung	●	●
51	Abbildung "ESG-Governance"	●	●
52	Compliance	●	●
57	AUSBLICK	●	●
59	SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD DISCLOSURE		●

01

DIE UMWELT



- PAGE 14** **Unser Geschäftsmodell**
- PAGE 16** **Jährliches CO2-Audit**
- PAGE 20** **Initiativen zur Entlastung**
- PAGE 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 die mit dieser Branche historisch verbundenen Nachhaltigkeitsrisiken.

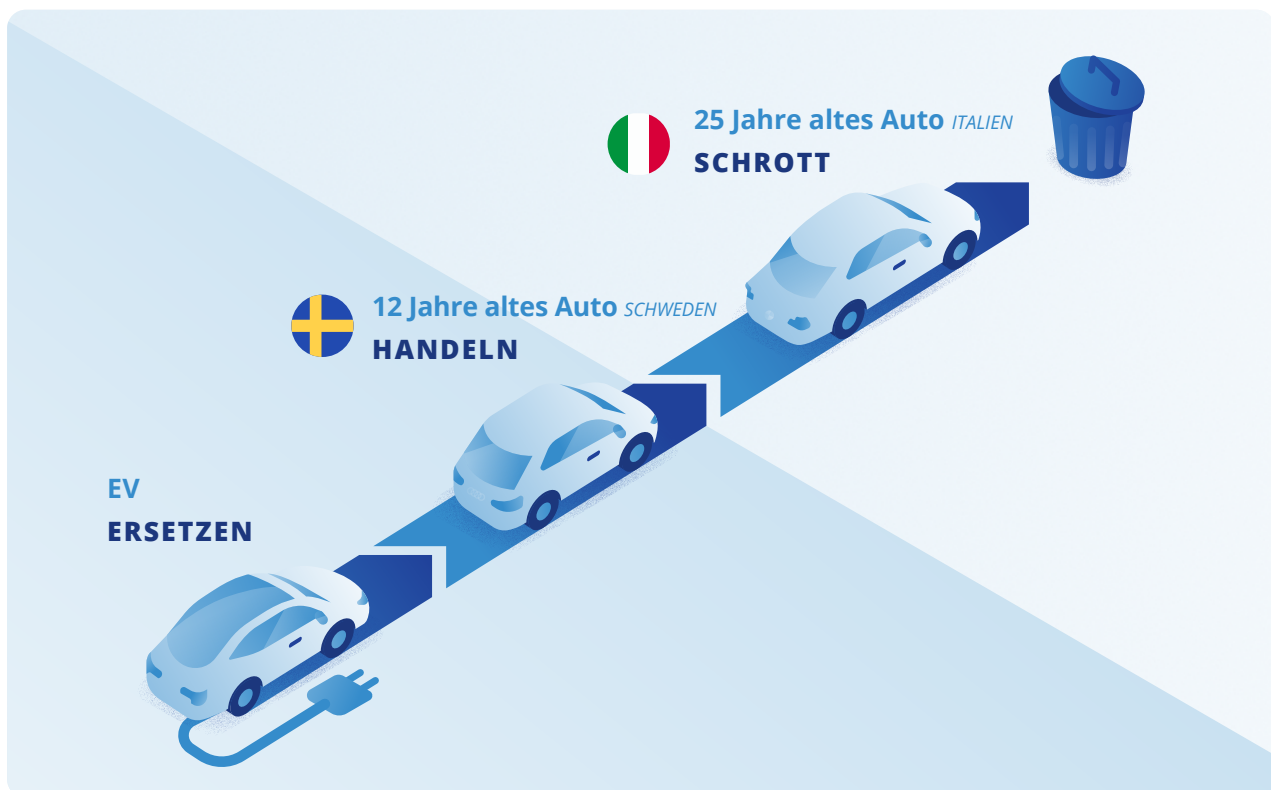
Das europaweite Vertriebs- und Distributionsnetz von AUTO1 sowie unsere einzigartige Gebrauchtwagen-Datenbank ermöglichen es, dass Autos in Regionen verkauft werden, in denen sie gebraucht werden, anstatt sie zu verschrotten. Als führende Handelsplattform bieten wir die Auswahl, den Preis und die Effizienz, die für einen gesellschaftsübergreifenden Übergang zu umweltfreundlicheren Fahrzeugen erforderlich sind. So kann beispielsweise ein 12 Jahre alter Audi A3, der in Schweden verschrottet werden würde, in Italien verkauft werden, wo er einen 25 Jahre alten 3er BMW ersetzt, der statt

dem jüngeren Fahrzeug verschrottet wird. In Schweden wird das Fahrzeug durch ein Elektrofahrzeug (EV) ersetzt. Dieses Beispiel verdeutlicht unser Modell der Kreislaufwirtschaft 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 wird¹.

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.² 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

¹ Dies bezieht sich auf die Nutzungsphase des Fahrzeugs und schließt vorgelagerte/eingebettete Emissionen aus.

² <https://www.acea.auto/files/ACEA-report-vehicles-in-use-europe-2022.pdf>



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.

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 über 20.700 verkauften Elektro- und Hybridfahrzeugen im Jahr 2022 - 63 % mehr als im Jahr 2021 - sind wir wahrscheinlich einer der größten Händler von Elektro- und Hybridfahrzeugen in der EU. Dies unterstreicht unsere andauernde Beteiligung an dieser Entwicklung.

Wir wollen die Erneuerung des europäischen Fuhrparks aktiv beschleunigen und glauben, dass die Prüfung der Ladekapazität von Elektrofahrzeugbatterien im Zuge dessen ein wichtiger Aspekt ist, um den Wert von gebrauchten Elektrofahrzeugen sicherzustellen. Daher haben wir ein Forschungsprojekt etabliert mit dem Ziel, den Prüfungsprozess der Lebensdauer von Elektrofahrzeugbatterien zu beschleunigen. Dafür haben wir einerseits intern ein spezielles Team, das an der Erhebung von Elektrofahrzeug-Batterie-spezifischen Daten arbeitet und andererseits arbeiten wir auch extern mit Partnern zusammen, um die Einführung eines Batteriepasses und die Entwicklung einer effizienten Technologie zur Beurteilung der Batterie voranzutreiben.

Um dieses Engagement zu unterstreichen, haben wir uns mit anderen großen Remarketinghändlern der Car Remarketing Association (CARA) zusammengesetzt. 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.

Durchschnittlich werden bei der Produktion eines Mittelklassefahrzeugs mit Verbrennungsmotor 5,6 Tonnen CO₂ ausgestoßen, in einigen Quellen wird sogar von wesentlich höheren Werten ausgegangen.³ 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 Autoproduktion ein komplexer Prozess, in dessen Rahmen Rohstoffe gewonnen, Teile hergestellt und transportiert sowie montiert werden müssen – all dies mit erheblichen Auswirkungen auf die Umwelt und die natürlichen Ressourcen der Erde. Darüber hinaus birgt der Prozess zahlreiche soziale Risiken, die gewöhnlich bei komplexen Produktionsketten, wie etwa beim Bergbau, in der Produktion, bei internationalen Transporten und bei der Montage entstehen.

³ OC&C (2020), The European Used Car Market - Evolving Trends.

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 Auswirkungen auf die Umwelt auf jene, die durch die Nutzung verursacht werden, 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.

Jährliches CO2-Audit

2021 haben wir unser konzernweites CO2-Audit erstmals durchgeführt, um unsere aktuellen Treibhausgasemissionen zu messen und einen Überblick über unsere wichtigsten Emissionsquellen zu erhalten. Das Audit haben wir 2022 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 2022 zugeordnet werden können. In unserer Analyse berücksichtigten wir interne und externe Treibhausgasemissionen und stellten die Ergebnisse dem ESG-Ausschuss des Aufsichtsrats vor.

Beurteilungskriterien

Zwar stützen wir unsere CO2-Analyse für das Jahr 2022 auf den GHG Protocol Standard, aber der steigende Insourcing-Anteil unserer Gebrauchtwagen-Aufbereitung impliziert eher eine Verschlechterung der CO2-Emissionen in unserem eigenen Unternehmen. Dies zieht aber nicht die potenzielle Verbesserung der Emissionen durch unsere effizientere und gezieltere Aufbereitung von Fahrzeugen in Betracht. Deshalb

haben wir uns dazu entschieden, alle wichtigen Quellen in unserer Wertschöpfungskette unabhängig vom Umfang zu ermitteln, durch die Treibhausgase emittiert werden. Durch die direkte Berichterstattung jeder dieser Quellen konnten wir ein transparenteres Bild unserer Emissionen darlegen. Daher monitoren wir unsere Treibhausgasemissionen sowohl auf der Basis der einzelnen Bereiche als auch auf der Basis der einzelnen Quellen, was unserem Businessplan und unseren Prozessen gerechter wird.

Bei der Berichterstattung nach Quelle unterscheiden wir nicht zwischen intern und extern verursachten Emissionen. Wir sind überzeugt davon, dass wir für alle von uns als Unternehmen verursachten Emissionen verantwortlich sind, also auch für jene, die uns nicht direkt zugeordnet werden können. Deshalb ist unser Ziel alle Emissionen zu senken, und zwar unabhängig davon, ob diese Emissionen von uns selbst oder von unseren Partnern im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit uns verursacht werden. Die berichteten Treibhausgasemissionen decken die gesamte Wertschöpfungskette des Gebrauchtfahrzeughandels ab.

Treibhausgasemissionen pro Bereich (mtCO2e)	GJ19	GJ20	GJ21	GJ22
Scope 1	1.327	1.230	2.519	5.191
Einkaufsorganisation (WKDA)	319	170	136	172
Interne Logistik	0	15	493	3.172
Interne Aufbereitung	0	32	126	598
Interne Fahrzeugflotte	1.008	1.013	1.764	1.249
Scope 2	1.173	2.113	2.164	2.139
Immobilien	1.173	2.113	2.164	2.139
Scope 3	158.095	175.590	264.566	286.004
IT	22	16	7	1
Externe Aufbereitung	173	513	1.961	2.393
Externe Logistik	157.641	174.826	262.164	283.293
Geschäftsreisen	259	235	434	317
Gesamt	160.595	178.934	269.249	293.334

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

Greenhouse Gas Emissions per Source (mtCO₂e)	FY19	FY20	FY21	FY22
Einkaufsorganisation (WKDA)	319	170	136	172
Interne Logistik	0	15	493	3.172
Interne Aufbereitung	0	32	126	598
Interne Fahrzeugflotte	1.008	1.013	1.764	1.249
Immobilien	1.173	2.113	2.164	2.139
IT	22	16	7	1
Externe Aufbereitung	173	513	1.961	2,393
Externe Logistik	157.641	174.826	262.164	283.293
Geschäftsreisen	259	235	434	317
Gesamt	160.595	178.934	269.249	293.334

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

Als die führende europäische Plattform für Gebrauchtwagen handeln wir mit gebrauchten Autos, stellen aber selbst keine Fahrzeuge her. Unsere Emissionen umfassen 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 2022 erhoben. Nach der Erhebungsphase berechneten wir die CO₂e-Menge für jede identifizierte Quelle unter Verwendung etablierter Emissionsfaktoren. Nachfolgend beschreiben wir detailliert die einzelnen Emissionsquellen und geben einen Überblick über die Maßnahmen, die wir zu deren Minderung ergriffen haben.

Immobilien

Seit 2022 beziehen wir über 85 % unseres Stroms (15754 Gigajoule im Jahr 2021) aus erneuerbaren Energiequellen. Wir streben an, 100 % aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen. Gleichzeitig laufen einige Projekte zur Senkung unseres Energieverbrauchs, z.B. die Umstellung auf LED-Beleuchtungslösungen. Im August 2022 haben wir außerdem ein Energieaudit gemäß dem Energiedienstleistungsgesetz (EDL-G) durchgeführt, das uns wertvolle Einblicke in unseren Energieverbrauch und potenzielle Initiativen zur Energieeinsparung gegeben hat.

Darüber hinaus haben wir eine umfassende Home-Office Regelung, die Geschäftsreisen und den Verbrauch von Ressourcen reduziert und sich somit positiv auf unseren ökologischen Fußabdruck auswirkt.

IT

Unsere interne Server-Infrastruktur wird zu 100 % mit erneuerbaren Energien betrieben. Wir verursachen Treibhausgase durch unsere externen Server, die von Amazon Web Services (AWS) betrieben werden. Doch wir erwarten, dass diese Emissionen weiter sinken und Null erreichen werden, da AWS sich dem unternehmensweiten Ziel von Amazon nähert, bis 2025 ausschließlich erneuerbare Energien zu nutzen.⁴

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 es möglich ist, umweltfreundliche Verkehrsmittel wie Züge oder andere öffentliche Verkehrsmittel.

Einkaufsorganisation (WKDA)

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

⁴ <https://sustainability.aboutamazon.com/environment/the-cloud?energyType=true>

Gebrauchtwagen-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, den wir übernehmen, da unsere externen Aufbereitungspartner in erster Linie Erfahrung in der Neuwagenindustrie haben. 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 zu festzuhalten, die Emissionen pro aufbereitetem Fahrzeug zu senken und strenge Richtlinien für den Umgang mit Abfall- und Chemikalien einzuführen.

Logistik

Logistik trägt bei Weitem am meisten zu unseren gesamten Treibhausgasemissionen bei. Im Jahr 2022 lag der Anteil bei

97 % des Gesamtvolumens. 2022 wurden über 99 % unserer Logistikemissionen durch externe Partner verursacht, die für uns Fahrzeuge transportiert haben. Weniger als 1 % waren unseren eigenen Auslieferungsfahrzeugen im Glastruck zuzuschreiben. Um diese Umweltbelastung zu reduzieren, optimieren wir in Zusammenarbeit mit unseren externen Partnern kontinuierlich unsere Lieferrouten, erhöhen unsere Effizienz und verbessern unsere CO₂-Bilanz. Allerdings gibt es, Stand heute, keine kommerziell verfügbaren Elektro- oder Wasserstofftrucks, die mehrere Fahrzeuge auf einmal transportieren können. Daher sind unsere Möglichkeiten zur CO₂-Reduzierung in Bezug auf unser Vertriebsnetz derzeit begrenzt. Wir planen jedoch, unseren Fuhrpark auf emissionsfreie Lkw umzustellen sobald es möglich ist und erwarten dies auch von unseren Logistikpartnern.

Gesamtbeurteilung

Infolge des starken Wachstums unseres Unternehmens erwarten wir in den nächsten Jahren auch einen Anstieg unserer Treibhausgasemissionen, vor allem durch den Transport der Fahrzeuge sowie durch unsere 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

Logistik

Die Senkung unserer 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. Wie bereits erwähnt, gibt es zurzeit keine Hybrid- oder Elektrofahrzeuge mit den Transportkapazitäten, die wir benötigen.

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 die Emissionen, die wir nicht reduzieren können, auszugleichen.



EU-Taxonomie

Die am 18. Juni 2020 verabschiedete EU-Taxonomie (Verordnung (EU) 2020/852) trat 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.

Die Taxonomie verpflichtet alle börsennotierten Unternehmen, drei KPIs gemäß Anhang I der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178 in Bezug auf relevante Wirtschaftstätigkeiten und in Übereinstimmung mit der Erfüllung des aktuellen Katalogs technischer Screening-Kriterien zu melden. Dies bedeutet insbesondere, dass die Unternehmen verpflichtet sind, den prozentualen Anteil ihrer taxonomiefähigen und taxonomiekonformen Umsätze, Investitionsausgaben (CapEx) und Betriebsausgaben (OpEx) offenzulegen. Die Delegierte Verordnung (EU) 2022/1214 vom 9. März 2022 über Kernenergie und gasförmige fossile Brennstoffe ist für AUTO1 nicht relevant und daher werden keine spezifischen Informationen zu diesem Thema offengelegt.

Die Taxonomieverordnung legt sechs Umweltziele fest (Artikel 9 der Verordnung (EU) 2020/852), 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

Um eine Liste umweltverträglicher Tätigkeiten zu erstellen, hat die Europäische Kommission in sogenannten delegierten Rechtsakten technische Prüfkriterien für jedes dieser Umweltziele festgelegt. Bislang hat die Kommission einen ersten Rechtsakt über nachhaltige Aktivitäten für ihre Klimaschutz- und Anpassungsziele veröffentlicht. Das bedeutet,

dass derzeit nur solche wirtschaftlichen Aktivitäten, die von der Kommission als direkter Beitrag zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel angesehen werden, in der aktuellen Anwendung der Taxonomie berücksichtigt werden (Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139). Bis die Kommission weitere delegierte Verordnungen veröffentlicht, gibt es keine Screening-Kriterien für die übrigen Ziele, d.h. für die Ziele 3 bis 6 der oben genannten Umweltziele. Um eine Wirtschaftstätigkeit als taxonomiekonform zu bewerten, darf außerdem kein anderes Umweltziel erheblich beeinträchtigt werden (DNSH) und der Mindestschutz muss gewährleistet sein.

Bisher sind nur die ersten beiden Ziele, die sich auf das Klima konzentrieren, in den detaillierten delegierten Rechtsakten über taxonomiefähige Geschäftstätigkeiten definiert. Aufgrund unseres Geschäftsmodells erwarten wir einen umfassenderen Beitrag zu Ziel 4 - Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft.

Wir sind von unserem Geschäftsmodell in Hinblick auf die Kreislaufwirtschaft und dem Potenzial, das es in Bezug auf Nachhaltigkeit birgt, überzeugt. Unter den derzeit begrenzten Berichtsmöglichkeiten der EU-Taxonomie können wir dieses Potenzial nicht genauer darstellen. Wir sind jedoch überzeugt davon, dass wir deutlich sichtbarer berichten können, sobald die Taxonomie in ihrer Gesamtheit gilt.

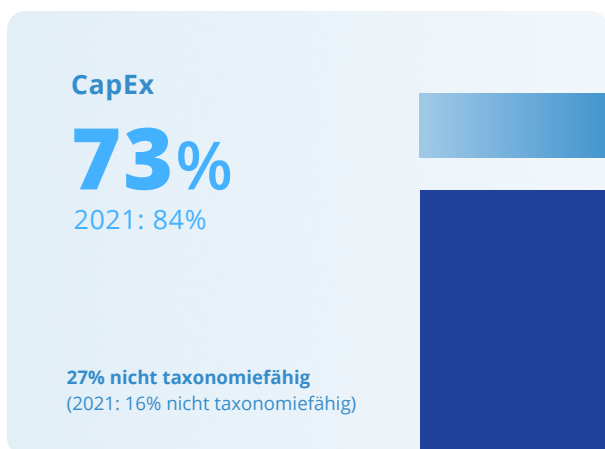
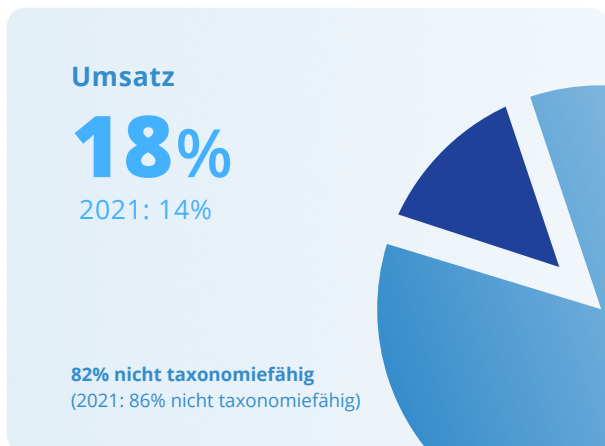
Taxonomiefähigkeit

Eine Wirtschaftsaktivität ist taxonomiefähig, wenn sie in der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139 in Bezug auf die ersten beiden Umweltziele beschrieben ist. Wie im Vorjahr berichtet und in der Berichterstattung 2022 unverändert, lassen sich die Geschäftsaktivitäten der AUTO1 Group derzeit vier in der Delegierten Verordnung 2021/2139 beschriebenen wirtschaftlichen Tätigkeiten zuordnen:

- 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien einschließlich Reparatur und Wartung von Fahrzeugen für den Personentransport,
- 6.3 Stadt- und Vorortverkehr, Personenbeförderung auf der Straße, einschließlich Kauf, Leasing und Betrieb von Fahrzeugen des Stadtverkehrs,
- 6.6 Güterbeförderungsleistungen auf der Straße, einschließlich Kauf, Leasing und Betrieb von Fahrzeugen für Güterbeförderungsleistungen, und
- 7.7 Erwerb und Eigentum von Gebäuden.

AUTO1 ist in zwei Segmente strukturiert: Merchant und Retail. Im Merchant-Segment werden Gebrauchtwagen an gewerbliche Autohändler über AUTO1.com verkauft. Das Retail-Segment konzentriert sich unter der Marke Autohero auf den Verkauf von Gebrauchtwagen an Privatkund*innen. Nach den Beschreibungen der für Umweltziel 1- Bekämpfung des Klimawandels - aufgeführten Aktivitäten fällt der größte Teil des Umsatzes des Retail-Segments von AUTO1 in den Anwendungsbereich der EU-Taxonomie.

Der Anteil der taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten an Gesamtumsatz, CapEx und OpEx für das Jahr 2022 beläuft sich auf:



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

Weitere Informationen zum Umsatz finden Sie im Abschnitt 5.1 des Geschäftsberichts 2022 der Gruppe. Der Umsatz umfasst die gemäß IAS 1.82(a) für das Retail-Segment erfassten Umsatzerlöse sowie die Umsatzerlöse für Transportdienstleistungen. Die Umsätze im Zusammenhang mit dem Retail-Segment fallen unter die Tätigkeit 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien, da die Fahrzeuge von AUTO1 aufbereitet wurden, bevor sie an die Retail-Kund*innen verkauft wurden. Die Umsätze aus dem Verkauf von Fahrzeugen innerhalb des Merchant-Segments werden als nicht taxonomiefähig betrachtet, da diese Fahrzeuge nicht von AUTO1 aufbereitet werden. Umsätze aus dem externen Transport von Fahrzeugen zu Kund*innen beziehen sich auf die Tätigkeit 6.6 Güterbeförderungsleistungen auf der Straße. Da im Jahr 2022 die Einnahmen aus dem Merchant-Segment dominieren, beträgt der Umsatz KPI 18 %. Der Anstieg der Umsatz-KPI im Vergleich zum Vorjahr ist auf den höheren Umsatzanteil des Retail-Segments zurückzuführen. Es wird davon ausgegangen, dass der Anteil des Retail-Segments an den gesamten Umsatzerlösen in künftigen Perioden weiter steigen wird.

Bezüglich der Angaben zu den Investitionsausgaben (CapEx) verweisen wir auf die Anmerkungen 6.1 und 6.2 des Konzernabschlusses. CapEx wird gemäß IAS 16.73(e) (i), IAS 38.118(e) (i) und IFRS 16.53(h) berechnet. IAS 40 und IAS 41 waren nicht einschlägig. Die für Taxonomieziele verwendete Kennzahl (KPI) umfasst die Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten, zu den Sachanlagen und zu den Nutzungsrechten. Aufgrund der CapEx-Definition der EU-Taxonomie werden wesentliche Teile unserer Investitionen als taxonomiefähig eingestuft. Der relativ hohe CapEx-KPI bezieht sich im Wesentlichen auf die Zugänge von Nutzungsrechten aus dem Leasing von Gebäuden und Investitionen in die Autohero-Glastrucks. Die Taxonomie-Aktivitäten 6.3 Stadt- und Vorortverkehr⁵, Personenbeförderung auf der Straße, 6.6 Güterbeförderungsleistungen auf der Straße und 7.7 Erwerb und Eigentum von Gebäuden werden von AUTO1 für die Zwecke des CapEx-KPI als relevant angesehen. Im Vergleich zum Vorjahr resultiert der Rückgang des CapEx-KPIs aus höheren nicht taxonomiefähigen Zugängen zu den immateriellen Vermögenswerten, was zu einem höheren Nenner geführt hat.

OpEx umfasst die Kosten für die Aufarbeitung der verkauften Fahrzeuge im Retail-Segment, und in einem geringeren Umfang auch im Merchant-Segment, nicht aktivierte Entwicklungs- und IT-Kosten, Instandhaltungskosten für Gebäude sowie Aufwendungen für kurzfristige Leasingverträge. Die

⁵ Tätigkeit 6.3 bezieht sich auf den internen Fuhrpark von AUTO1.

Kosten für die Aufbereitung der verkauften Autohero-Fahrzeuge gelten als taxonomiefähig, da sie sich auf die Tätigkeit 3.3 Herstellung von kohlenstoffarmen Verkehrstechnologien beziehen. Im Zuge einer erneuten Bewertung haben wir die Aktivität 7.7 Erwerb und Eigentum von Gebäuden als taxonomiefähig für den OpEx KPI aufgenommen. Der Vorjahreswert wurde aufgrund von Unwesentlichkeit nicht angepasst. Der leichte Anstieg der OpEx-KPI im Vergleich zum Vorjahr ist auf höhere Aufbereitungskosten für die verkauften Fahrzeuge zurückzuführen. Die OpEx-KPI-Zahl - gemäß der Definition in der Taxonomieverordnung - wird von AUTO1 nicht für die Finanzberichterstattung verwendet. Der Prozentsatz des taxonomiefähigen OpEx mit über 50 % erscheint recht hoch, wobei hier zu berücksichtigen ist, dass diese Kennzahl aufgrund des relativ kleinen Nenners, der sich durch die spezifische Definition von OpEx in der Taxonomieverordnung ergibt, nur bedingt aussagekräftig ist.

Konformität

Gemäß den technischen Screening-Kriterien für die Festlegung der Taxonomie-Konformität muss eine Aktivität einen wesentlichen Beitrag zu einem der beiden definierten Ziele (Anpassung an den Klimawandel und Eindämmung des Klimawandels) leisten. Darüber hinaus darf die Aktivität die anderen Ziele nicht nennenswert beeinträchtigen (do no significant harm - DNSH), und das berichtende Unternehmen muss den sozialen Mindestschutz gewährleisten. Um die allgemeinen Kriterien für DNSH zur Anpassung an den Klimawandel gemäß Anlage A von Anhang I der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139 zu erfüllen, muss ein Unternehmen im Berichtsjahr eine solide Bewertung der Klimarisiken und -anfälligkeiten durchführen, die mehreren vorgegebenen Schritten und Kriterien folgt.

Die Risiken, die für jede Tätigkeit bewertet werden müssen, sind in der EU-Taxonomieverordnung festgelegt, die eine umfassende Liste von temperatur-, wind-, wasser- und feststoffbezogenen akuten und chronischen Risiken enthält.

AUTO1 integriert klimabezogene Risiken in seinen Risikobewertungsprozess, aber der für 2022 vorgesehene Detaillierungsgrad ist immer noch nicht ausreichend, um eine vollständige Angleichung an die EU-Taxonomie zu gewährleisten. Aus diesem Grund hat AUTO1 auch keine weitere vollständige DNSH-Analyse im Jahr 2022 durchgeführt.

Obwohl AUTO1 keine Anzeichen für eine Nichteinhaltung des Mindestschutzes sieht, insbesondere in Bezug auf die vier Themen, die im Abschlussbericht über den Mindestschutz behandelt werden, der von der Europäischen Plattform für nachhaltige Finanzen im Oktober 2022 veröffentlicht wurde (Steuern, Korruption und Bestechung, fairer Wettbewerb und Menschenrechte), wurde die Bewertung der Einhaltung des Mindestschutzes nicht im Detail durchgeführt, z.B. wurden keine Sorgfaltsprüfungsberichte in Bezug auf Menschenrechtsfragen erstellt, da AUTO1 keine vollständige Bewertung der Angleichung seiner taxonomiefähigen Aktivitäten durchgeführt hat.

Daher meldet AUTO1 keine Taxonomie-Konformität für das Jahr 2022. AUTO1 beabsichtigt, für das Jahr 2023 eine weitere Analyse im Hinblick auf die Anforderungen der Taxonomie-Konformität durchzuführen und so viele Unterlagen wie möglich zu beschaffen, um den Anteil der Konformität an den relevanten KPIs melden zu können. Wir erwarten, dass die EU-Kommission im Laufe des Jahres 2023 die technischen Screening-Kriterien der verbleibenden vier Umweltziele veröffentlichen wird, die AUTO1 in seine Taxonomie-Bewertung einbeziehen wird.

Annex

Turnover

DNSH criteria

Substantial contribution criteria

	Turnover in eur million	Proportion of turnover	Climate change mitigation	Climate change adaptation	Climate change mitigation	Climate change adaptation	Water and marine resources	Circular economy	Pollution	Biodiversity and ecosystems	Minimum safeguards	Taxonomy-aligned prop. of turnover year 2022	Category (enabling activity)	Category (transitional activity)
A. Taxonomy <i>Eligible activities</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A.1. Taxonomy <i>Aligned</i>	0,0	0%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	-	-	-
Total	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	-	-
A.2. Not taxonomy <i>Aligned</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.3. Manufacture of low carbon technologies for transport	1.056,5	16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.6. Freight transport Services by road	110,2	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1.166,7	18%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total (A.1+A.2)	1.166,7	18%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B. Taxonomy non <i>Eligible activities</i>	5.367,4	82%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total (A+B)	6.534,1	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

CapEx

DNSH criteria	Substantial contribution criteria												Taxonomy-aligned prop. of CapEx year 2022	Category (enabling activity)	Category (transitional activity)
	Capex in eur million	Proportion of capex	Climate change mitigation	Climate change adaptation	Climate change mitigation	Climate change adaptation	Water and marine resources	Circular economy	Pollution	Biodiversity and ecosystems	Minimum safeguards				
A. Taxonomy <i>Eligible activities</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A.1. Taxonomy <i>Aligned</i>	0,0	0%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	-	-	-	
Total	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-	
A.2. Not taxonomy <i>Aligned</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
6.3 Urban and suburban transport, road passenger transport	2.228	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
6.6. Freight transport Services by road	16.583	18%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
7.7 Acquisition and ownership of buildings	48.465	53%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total	67.276	73%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total (A.1+A.2)	67.276	73%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
B. Taxonomy <i>Non-eligible activities</i>	24.556	27%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL (A+B)	91.832	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

OpEx

DNSH criteria	Substantial contribution criteria										Taxonomy-aligned prop. of OpEx year 2022	Category (enabling activity)	Category (transitional activity)	
	Opex in eur million	Proportion of opex	Climate change mitigation	Climate change adaptation	Climate change mitigation	Climate change adaptation	Water and marine resources	Circular economy	Pollution	Biodiversity and ecosystems				Minimum safeguards
A. Taxonomy <i>Eligible activities</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A.1. Taxonomy <i>Aligned</i>	0,0	0%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	-	-	-
Total	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-
A.2. Not taxonomy <i>Aligned</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.3 Manufacture of low carbon technologies for transport	90.663	61%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.7 Acquisition and ownership of buildings	2.620	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	92.893	63%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total (A.1+A.2)	92.893	63%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B. Taxonomy <i>non-eligible activities</i>	54.235	37%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total (A+B)	145.518	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

02

UNSERE MITARBEITENDEN



- PAGE 28** Einführung
- PAGE 29** Abbildung Vielfalt / Info
- PAGE 30** SASB Labor KPIs
- PAGE 31** Initiativen unserer Mitarbeitenden
- PAGE 35** Umfrage zum Engagement
- PAGE 36** Einfluss als Arbeitgeber
- PAGE 37** 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 6.000 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 2022 aktualisiert wurde und nun einen Abschnitt über das Verbot von Belästigung und eine weitere Nachschärfung des Abschnitts über Nachhaltigkeit enthält. 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.

In 2022 haben wir begonnen, das Thema Inklusion von Menschen mit Einschränkungen zu evaluieren. Wir wollen diesem Thema mehr Aufmerksamkeit schenken. 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 dieses Vorhaben bestmöglich umzusetzen, haben wir dieses Jahr eine Kooperation mit dem Projekt "Inklupreneur" der Hilfswerft GmbH gestartet. Sie werden uns im Jahr 2023 unterstützen, Geschäftsbeziehungen aufzubauen, Workshops zur Sensibilisierung für das Thema zu veranstalten und die Kommunikations- und Recruitingprozesse sowie die

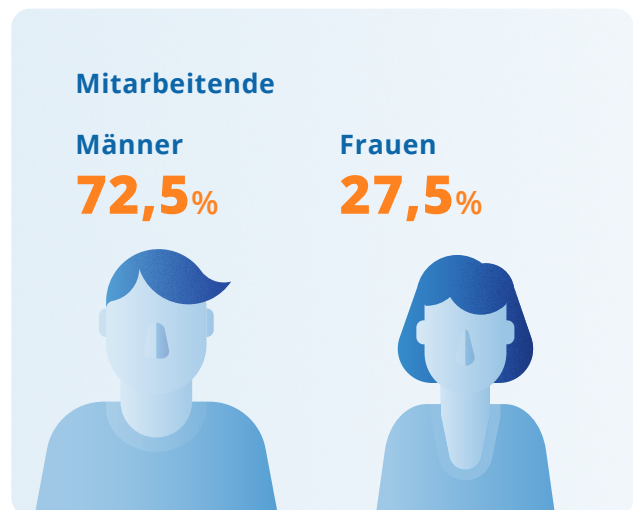
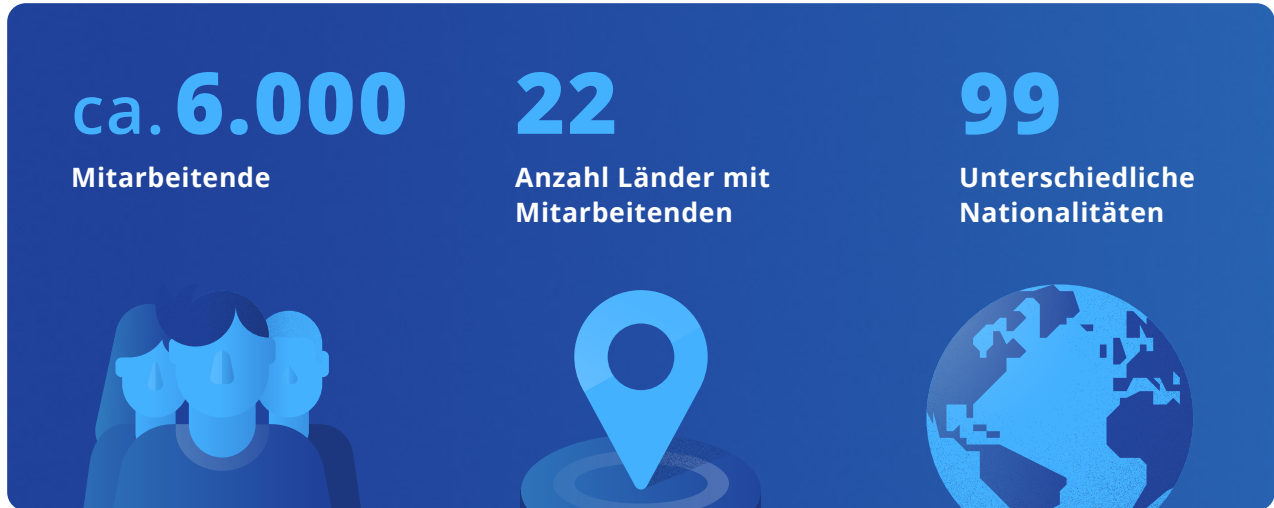
AUTO1-Website inklusiver zu gestalten. Dies wird zunächst in Deutschland eingeführt, soll dann aber europaweit in der gesamten AUTO1 Gruppe übernommen und umgesetzt werden.

Parallel dazu 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 Arbeitnehmervertreter*innen 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 bestmögliche Arbeitnehmer*innenvertretung 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.



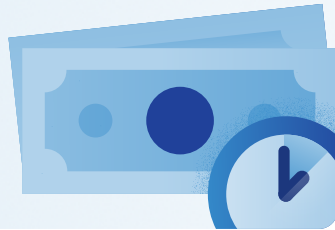
Abbildung Vielfalt / Info



SASB Labor KPIs

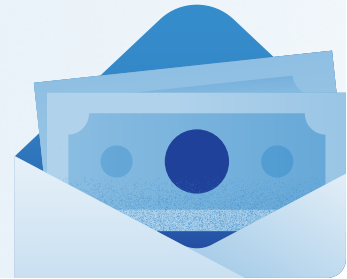
Durchschnittlicher
Stundenlohn

22.38€



Mindestlohn
Mitarbeitende

0%



Freiwillige und Unfreiwillige
Fluktuationsrate
Mitarbeitende

54%



46%

■ Freiwillige ■ Unfreiwillige

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

30K



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 konzentrieren. 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.

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

Neben unserem allgemeinen Onboarding-Programm bietet unsere AUTO1 Academy Mitarbeitenden verschiedene abteilungsspezifische Onboarding-Programme. 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 unsere Einkaufs-, 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 Endkund*innen eine optimale Fahrzeugqualität und erstklassigen Service bieten.

Compliance Training

Im Zuge des Onboardings erhalten unsere Mitarbeitenden 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.

Die Schulungen behandeln Themen wie unseren Verhaltenskodex, Datenschutz sowie Korruptions- und Bestechungsbekämpfung (einschließlich Geschenke und Einladungen). Schulungen in den Bereichen Geldwäschebekämpfung, Datenschutz und Kapitalmarktrecht werden speziell für die Teams durchgeführt, die für diese Themen zuständig sind.

Ferner werden spezifische persönliche und Ad-hoc-Schulungen für die Teams je nach ihren individuellen Bedürfnissen angeboten. So haben etwa unsere Verkaufsteams, Cash-Management-Teams oder Sportmarketing-Teams spezielle persönliche Anti-Geldwäsche-Schulungen und Schulungen zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption erhalten.

Weiterbildung & Entwicklung

Je nach der individuellen Funktion bieten wir unseren Mitarbeitenden eine Vielzahl spezieller Schulungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Dieser Prozess beginnt bereits beim Onboarding, während dessen 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. Darüber hinaus 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.

Heute ist das Bildungsbudget noch abteilungs-, funktions- und erfahrungsabhängig. Im Jahr 2022 haben wir für unsere Mitarbeitenden in verschiedenen Abteilungen insgesamt 41 Kurse angeboten. Außerdem haben wir 17 In-house-Trainer eingestellt, die verschiedenen Teams konzernweit Coachingleistungen anbieten, beispielsweise für unsere Teams im Ankauf, im Kundenservice und in der Fahrzeugaufbereitung. Daneben bieten wir eine Reihe von zusätzlichen Kursen an, wie z. B. Tandem- und ermäßigte Online-Sprachkurse, die allen Mitarbeitenden unabhängig von ihrer beruflichen Erfahrung, Betriebszugehörigkeit oder Position zur Verfügung stehen.

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



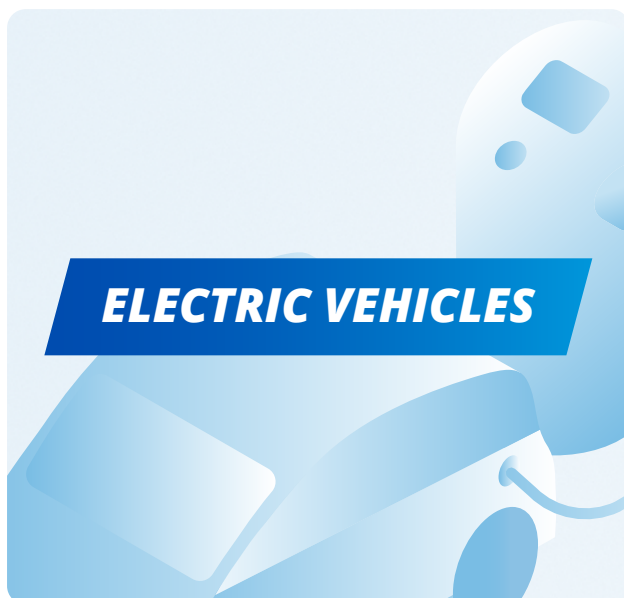
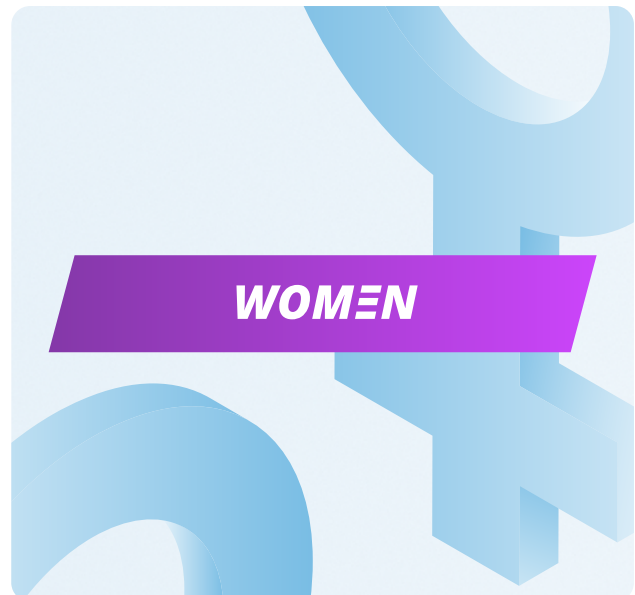
Einbindung

a. 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 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:



Jede unserer Gemeinschaften hat im Jahr 2022 ihre Aktivitäten aufgenommen. So hat die im November 2022 gegründete Gemeinschaft Frauen bei AUTO1 für ihre 107 aktiven Mitglieder ein 8-köpfiges Komitee ernannt, das von der Senior Sponsorin der Gemeinschaft, Maria Kotti (VP Customer Journey), geleitet wird.

Die Gemeinschaft hielt im Dezember 2022 ein erstes Kick-off-Meeting ab, bei dem eine Umfrage zu potenziellen interessanten Themen durchgeführt wurde. Es wurde vereinbart, die Themen "Führung", "Karrierewachstum/Karriere im Allgemeinen" und "Gender Pay Gap" als Hauptthemen zu verfolgen und eine erste interdisziplinäre Veranstaltung anlässlich des Internationalen Frauentags im Jahr 2023 zu organisieren. Andere AUTO1-Gemeinschaften haben ähnliche erste Schritte unternommen.

Engagement für die Gesundheit der Mitarbeitenden

Um die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu fördern, stellen wir an allen lokalen HQ-Standorten täglich frisches Obst und gesunde Getränke zur Verfügung. Zudem haben wir damit begonnen, unsere eigenen internen Gesundheitsprogramme in Berlin oder in anderen internationalen Büros zu entwickeln.

b. Gruppenweite Sportinitiativen

Unser AUTO1 Berlin Runners Team lief 2022 zum ersten Mal bei der Adidas Runners City Night in Berlin unter dem Motto "Teaming up to run and exchange experiences and perspectives". Außerdem traf sich das Team zweiwöchentlich zu Trainingsläufen. Unser belgisches Team folgte diesem Beispiel und lief einen 10-Meilen-Lauf in Antwerpen.

Weitere Sportevents wie Fußball, Basketball, Beachvolleyball, Padel oder Yoga fanden an verschiedenen Standorten der Gruppe statt.

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.

Mitglieder aus den Communities der AUTO1 Group



Umfrage zum Engagement

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 2022 wurde die monatliche Puls-Check-Umfrage im Durchschnitt von 44 % unserer Mitarbeitenden beantwortet - die Zufriedenheit mit den Führungskräften wurde im Durchschnitt mit 7,9/10 und die allgemeine Zufriedenheit mit der Arbeitssituation mit 7,3/10 bewertet.

DAS SAGEN UNSERE MITARBEITENDEN ÜBER AUTO1 GROUP



Die fantastische Vielfalt in unserem Team sorgt dafür, dass wir immer verschiedene und neue Perspektiven auf unsere Arbeit haben. Alle bringen ihre eigenen einzigartigen Erfahrungen mit und unterstützen sich gegenseitig bei der Entwicklung neuer Ideen und der Durchführung von Projekten.

Laiba Abid
Brand Development Manager



Ich bin dankbar, dass das Unternehmen mein Potenzial erkannt hat und mir die Chance gab, dorthin zu kommen wo ich jetzt bin. Ich mag meinen Job und bin froh, seit fast 9 Jahren ein Teil der großartigen AUTO1 Familie zu sein.

Manja Schmidt
Team Lead Shared Operations Services C2B



Bei AUTO1 Group werde ich ständig ermutigt mehr Verantwortung zu übernehmen, was mich motiviert zu wachsen und mich in verschiedene Richtungen weiterzuentwickeln.

Ihor Barzhak
Expert Software Engineer



Es gibt ein gemeinsames Verständnis von Gleichheit und Parität. Nicht viele Unternehmen haben diesen Spirit, deshalb arbeite ich gerne bei AUTO1 Group.

Isabel Ursula Christina Hor
Junior Order Fulfillment Manager

Einfluss als Arbeitgeber

Als europaweiter Arbeitgeber mit einer vielfältigen Belegschaft von rund 6.000 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. So sind wir beispielsweise durch den Ausbau unserer Produktionszentren an verschiedenen Standorten wie Toledo (Spanien) oder Berlin / Brandenburg (Deutschland) zu einem großen Arbeitgeber an verschiedenen Standorten geworden und wir planen, unsere Produktionskapazitäten bis Ende 2023 zu erweitern und damit unsere Bedeutung als Arbeitgeber in ganz Europa zu erhöhen.

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 2022 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 Maßnah-

men 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.

Neben täglich frischem Obst und gesunden Getränken auf unserem Betriebsgelände bieten wir allen Mitarbeitenden am Standort Berlin, den in Deutschland ansässigen Remote-Mitarbeitenden, den Mitarbeitenden der Technikabteilung (unabhängig von ihrem Arbeitsort oder -land) und allen Mitarbeitenden ukrainischer Abstammung (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.

COVID-19-Maßnahmen

Im Jahr 2022 haben wir unsere konzernweite Richtlinie zur Arbeit von zu Hause aus eingeführt, auf deren Grundlage unsere Belegschaft seit Beginn der Pandemie flexibel von zu Hause aus arbeitet. Für diejenigen Mitarbeitenden, die aufgrund ihrer beruflichen Verpflichtungen nicht von zu Hause aus arbeiten konnten, haben wir eine Flex-Desk-Policy eingeführt, die eine soziale Distanzierung am Arbeitsplatz gewährleistet.

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



- PAGE 40 **Auswirkungen auf die Mobilität**
- PAGE 41 **Transparenz und Verbraucherschutz**
- PAGE 42 **Transparenz in der Customer Journey –**
Interview mit Maria Kotti, VP Customer Journey
- PAGE 45 **Wirtschaftliches Wachstum**
- PAGE 47 **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. Zurzeit sind Gebrauchtwagen stärker gefragt als jemals zuvor. Dies ist teilweise dem Mangel an Einzelteilen geschuldet, die für die Produktion neuer Fahrzeuge benötigt werden, aber auch eine Folge 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 60.000 Kilometern, den wir in Spanien kaufen. Unsere spanische Kundin bzw. unser Kunde erhält schnell, zuverlässig und stressfrei den vereinbarten Kaufpreis. Im Anschluss bereiten wir das Fahrzeug entsprechend den geltenden EU-Normen und AUTO1-internen Standards auf. Dann wird es zu einem wettbewerbsfähigen Preis an einem anderen Standort verkauft. Eine Familie könnte von dieser transparenten Transaktion profitieren und ein Gebrauchtfahrzeug mit bis zu 24-monatiger Garantie zu einem günstigen Preis erwerben.

Transparenz und Verbraucherschutz

Laut einer Studie der EU-Kommission⁶ zur Funktionsweise des Gebrauchtwagenmarkts aus Verbrauchersicht 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 bieten zudem eine bis zu 36-monatige Garantie für alle unsere Autohero-Fahrzeuge und halten dabei die geltenden Gesetze zum Verbraucherschutz ein.

Die Bemühungen, höchste Transparenz zu bieten, wirken sich direkt auf das Vertrauen und den Schutz der Verbraucher*innen aus. Über 90 % unserer C2B-Kund*innen, die auf Basis unseres Online-Preises einen Termin in der nächstgelegenen Abgabestation 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.

⁶ https://ec.europa.eu/info/publications/study-second-hand-cars-market_enhand-cars-market_en market_en



Transparenz in der Customer Journey – Interview mit Maria Kotti, VP Customer Journey



Als VP Customer Journey der AUTO1 Group ist Maria Kotti die Stimme unserer Kund*innen: Sie liefert Customer Insights, sorgt für Synergien zwischen den Abteilungen und für die Innovation und Optimierung unseres Angebots. Maria Kotti ist das Herzstück in unserem Bestreben, allen Kund*innen das bestmögliche Erlebnis über alle unsere Marken hinweg zu bieten. Sie vereint Marketing- und Produktwissen und stellt so sicher, dass wir unser Angebot ständig hinterfragen und erneuern.

1. Hallo Maria, kannst du dich bitte kurz vorstellen?

Hallo, ich bin Maria Kotti, die Leiterin der Customer Journey bei AUTO1 Group. Ich bin seit mehr als 7,5 Jahren, seit Juli 2015, bei AUTO1 tätig, damals waren wir etwa 2.000 Mitarbeitende. Ich wurde eingestellt, um den Bereich rund um die Optimierung von Conversions für unsere Marken aufzubauen, das war damals ein völlig neuer Bereich auf dem Markt. Ich hatte eine ganz andere Branchenerfahrung, denn ich kam aus der Mode- und Schönheitsindustrie. Das machte die Autoindustrie noch span-

nender, denn für mich war es die Chance, mein Wissen in Bezug auf ein völlig anderes Kauf- bzw. Verkaufsmuster und eine andere Customer Journey anzuwenden und gleichzeitig anzupassen. Ursprünglich komme ich aus Schweden, aber ich habe in Städten wie Barcelona und New York gelebt, bevor ich nach Berlin gekommen bin. Ich bin von Geschichte und Politik besessen: Ich verfolge wahrscheinlich jeden Podcast, den es gibt.

2. Warum hast du dich für die AUTO1 Group entschieden und wie hat sich deine Karriere seitdem entwickelt?

*Mein beruflicher Hintergrund ist digitale Analytik und ich habe ein starkes Interesse daran, Marken mit Customer Insights zu versorgen. Bei AUTO1 sah ich eine große Chance, eine noch nie dagewesene Art und Weise, nämlich ein Auto online zu verkaufen, zu prägen, indem ich ein traditionelles Offline-Erlebnis digitalisierte. Ich begann als Conversion Rate Optimization Managerin für unser C2B-Geschäft. Seitdem haben wir den Prozess und unser Geschäftsmodell im Zuge der Pandemie grundlegend verändert und nun können Kund*innen den Verkaufspreis ihres Autos be-*

quem von ihrer Couch abrufen. Jetzt ist es für Kund*innen noch schneller und einfacher fundierte Entscheidungen zu treffen, wenn es um den Verkauf ihres Autos geht.

Eine besondere Erfahrung für mich war es, die Entwicklung der Retail-Marke Autohero von Grund auf mitzugestalten. Ich konnte dazu beitragen, ein erstklassiges und transparentes Online-Erlebnis für den Kauf eines Gebrauchtwagens zu schaffen und ihn nach Hause geliefert zu bekommen.

Im Laufe der Jahre habe ich auch mehrere Initiativen gestartet, die sich auf die Verbesserung des Händler-Erlebnisses konzentrierten, einschließlich einer besseren Kuratierung des Inventars für hohe Erfolgsraten, um die Transaktionsfähigkeit zu beschleunigen und das Händler-Erlebnis insgesamt zu verbessern.

Ende 2022 wurde mir die Ehre zuteil, eine "Forbes 30 under 30"-Nominierung in der Kategorie Marketing in Europa zu erhalten. Auch wenn ich es nicht in die endgültige Liste geschafft habe, ist es ein großes Privileg, zu den wenigen, aber unglaublich talentierten Personen zu gehören, die überhaupt berücksichtigt werden.

3. Was sind die wichtigsten Initiativen, die du und das Marketing Team entwickelt haben, um die Customer Journey zu optimieren und gleichzeitig die Transparenz im Kaufprozess zu erhöhen?

Bei allen Marken nutzen wir die Anliegen unserer Kund*innen, um unsere Produkte weiterzuentwickeln und das Kund*innenerlebnis zu verbessern: Im Zuge dessen haben wir verschiedene Methoden entwickelt, um den User Experience Score der einzelnen Marken zu messen. Dabei sind wir stets für Feedback offen und reagieren auf Vorschläge zur Verbesserung unserer Produkte.

In Hinblick auf unsere verkaufendeinauto.de Marke sind wir sehr stolz auf die gesteigerte Transparenz und das erhöhte Vertrauen von Kund*innen, die ihre Autos an uns verkaufen. Die Corona-Pandemie hat die Verschiebung des Kund*innenverhaltens in Richtung des Online-Handels beschleunigt. Wir wollten einen positiven Beitrag leisten, indem wir unsere Kund*innen dabei unterstützen, ihre Gebrauchtwagen noch bequemer von zu Hause aus an uns zu verkaufen. Deshalb haben wir unsere Anstrengungen und Investitionen auf die weitere Digitalisierung des Inspektionsprozesses fokussiert, was in der "Online-Bewertung" resultierte. Diese Lösung ermöglicht es Kund*innen, ihr Fahrzeug Schritt für Schritt von zu Hause aus zu begutachten und relevante Fahrzeugdaten einzugeben. Darüber hinaus dokumentieren Kund*innen Schäden und laden Fotos vom Zustand des Fahrzeugs online hoch. Daraufhin wird innerhalb eines Arbeitstages ein verbindlicher Kaufpreis von unseren Pricing-Mitarbeitenden an unsere Kund*innen übermittelt. Mit dieser Umstellung geben wir den Kund*innen die Möglichkeit, den Preis zu verstehen, bevor sie in die Filiale kommen, um ihr Auto zu verkaufen. Dies führt zu mehr Transparenz und Zufriedenheit.

4. Was waren die wichtigsten Initiativen für mehr Transparenz und Vertrauen im Verkaufsprozess?

Das Gebrauchtwagengeschäft leidet unter einem schlechten Ruf, unter anderem aufgrund des Mangels an Transparenz. Mein Hauptaugenmerk liegt darauf sicherzustellen, dass wir die beste Möglichkeit anbieten, Autos online zu kaufen und zu verkaufen. Uns ist wichtig, dass unsere Kund*innen eine reibungslose und vertrauensvolle Erfahrung machen und das Gefühl haben, dass sie während des Prozesses begleitet und informiert wurden. Im Offline-Geschäft fühlen sich Kund*innen leider häufig vernachlässigt. Im Rahmen einer unserer vielen Initiativen, die darauf abzielen, das Vertrauen in unseren Autohero-Online-Shop zu stärken und Kund*innen das nötige Vertrauen zu geben, um beim Online-Kauf eine fundierte Entscheidung zu treffen, haben wir eine Galerie mit den Gebrauchsspuren und -beschreibungen eingeführt. Diese Übersicht hilft Kund*innen, alle Gebrauchsspuren, die über die Abnutzung und Verschleiß hinausgehen, auf einen Blick zu sehen. Wie umfangreiche Kund*innenbefragungen gezeigt haben, wird dies von Kund*innen sehr geschätzt und hilft ihnen, ihre Erwartungen entsprechend anzupassen. Darüber hinaus stellen wir durch Angebote wie die 21-Tage-Geld-zurück-Garantie sicher, dass unsere Kund*innen mit dem Auto zufrieden sind, und wenn nicht, können sie ihre Meinung ändern. Und nicht zuletzt bieten wir erweiterte Garantie-Optionen an, um den Bedürfnissen der Kund*innen gerecht zu werden und noch längeren Schutz zu bieten.

“ Mein Hauptaugenmerk liegt darauf sicherzustellen, dass wir die beste Möglichkeit anbieten, Autos online zu kaufen und zu verkaufen. ”

Für Händler wollen wir sicherstellen, dass wir die Qualität unserer Bewertungen und die Auswahl der Fahrzeuge, die wir ihnen präsentieren, verbessern. Unsere Partnerhändler sollen keine Zweifel an den Fahrzeugen haben, die sie bei uns erwerben. Wir bauen unsere Berührungspunkte mit unseren Händlern kontinuierlich aus und stellen so sicher, dass ihre Bedürfnisse durch qualitative und quantitative Umfragen gehört werden. Diese Umfragen geben uns die nötigen Einblicke, um die Kund*innenerfahrungen der Händler immer weiter zu verbessern.

5. Warum arbeitest du gerne bei der AUTO1 Group?

*Was mich an dem Unternehmen wirklich anspricht und warum ich über 7 Jahre hier bin, ist die Möglichkeit zu wachsen. Man wird nicht durch eine standardisierte Stellenbeschreibung eingeschränkt, sondern dazu ermutigt, eine Chance zu ergreifen, wenn man sie sieht. Diese Art von Mentalität ermöglicht es Mitarbeitenden, über ihre Vorstellungskraft hinaus zu wachsen und eröffnet neue Möglichkeiten, wenn man mehr über das Geschäft lernt. Außerdem ist es eher selten, dass ein Unternehmen die Macht und den Wert von Customer Insights wirklich erkennt. Das macht meine Arbeit so viel spannender und hat dazu beigetragen, das Wachstum der letzten Jahre zu ermöglichen. Für uns als Unternehmen haben sowohl die Forschung von Kund*innenerfahrungen sowie Nutzerdaten einen hohen Stellenwert. Damit können wir unseren Fokus auf jene Bereiche legen, die die größte Wirkung erzielen und so schaffen wir auch Erfolgserlebnisse für das Team.*

Wirtschaftliches Wachstum

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

Wir haben zum Beispiel mit Ángel Pérez, Gebrauchtwagen Manager des Autohauses Pérez Rumbao Group, gesprochen, der seit über 6 Jahren mit AUTO1 zusammenarbeitet. Von ihm erfahren wir, wie sich unsere Zusammenarbeit auf sein Geschäft ausgewirkt hat:

AUTO1: Hallo Ángel. Könntest du uns bitte zu Beginn etwas über dich und deinen Werdegang erzählen?

Mein Name ist Ángel Pérez und ich bin Koordinator des Gebrauchtwagensegments der Pérez Rumbao Group, einer 100 Jahre alten Handelsgruppe, die in der Region Galicien gegründet wurde und heute zu den führenden Händlerunternehmen in Spanien gehört. Außerdem leite ich eine der Marken der Gruppe, SiBuscasCoche, die vor 10 Jahren gegründet wurde und über die wir sowohl online als auch vor Ort Gebrauchtwagen an Einzelpersonen verkaufen. Ich bin 40 Jahre alt und arbeite seit meinem 25. Lebensjahr in der Pérez Rumbao Gruppe, das bedeutet, ich habe praktisch mein ganzes Arbeitsleben im Gebrauchtwagen-geschäft verbracht.

AUTO1: Wie hat sich das Modell des Autohandels seit deinem Berufseinstieg um 2007 herum entwickelt?

Als ich 2007 anfang zu arbeiten, hörten wir bereits von der Nutzung des Internets, auch wenn es noch weit weg war und wir nicht wussten, wie es den Sektor revolutionieren würde. Damals haben wir unsere Geschäfte auf eine altertümliche Weise ohne jegliche Hilfsmittel und mit zeitaufwändigen Prozessen abgewickelt. In den letzten zehn Jahren hat sich ein drastischer Wandel vollzogen, und wir haben ein viel benutzerfreundlicheres, bequemeres und effizienteres digitales Modell entwickelt. Ich sehe nur Vorteile.



Ángel Pérez, Manager des Autohauses Pérez Rumbao Group / SiBuscasCoche

AUTO1: Ángel, wann hat die Zusammenarbeit mit AUTO1 begonnen und warum?

Wir starteten die Zusammenarbeit mit AUTO1 auf der Sales-Seite als Lieferkanal, der Autos kauft, fast zeitgleich mit der Gründung des Unternehmens in Spanien. Seit diesem Zeitpunkt haben wir den Umfang unserer Zusammenarbeit erweitert. Auf der Remarketing-Seite haben wir zum Beispiel mit anderen Partnern zusammengearbeitet, aber ihre Systeme haben uns nicht überzeugt. So kamen wir mit dem Remarketing-Team von AUTO1 in Kontakt und begannen ihre Marktpreis-Tools - wie den Preisindikator- zu nutzen. Im Laufe der Jahre haben wir mehrere Interviews mit dem AUTO1 Produktteam geführt, um mit unserem Feedback an der Entwicklung und Optimierung dieser digitalen Tools mitzuwirken.

*Darüber hinaus haben wir mit WKDA vereinbart, an zwei Standorten von SiBuscasCoche ein Partnerfilialprojekt zu entwickeln. So können unsere Kund*innen, die bei uns ein Auto kaufen, auch direkt ihr altes Auto verkaufen und erhalten dafür einen fairen Preis.*

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

*In erster Linie hat sie uns geholfen, viel mehr digitale Prozesse zu etablieren und dadurch an Agilität und Effizienz zu gewinnen. Unsere Vertriebsmitarbeitenden wissen es zu schätzen, dass sie über eine marktgerechte Fahrzeugbewertung in Echtzeit verfügen und den Kund*innen somit ein wettbewerbsfähiges Angebot unterbreiten können. Mit anderen Worten, wir haben absolutes Vertrauen, dass wir das Auto zum besten Preis über AUTO1.com verkaufen werden, weil es ein großes Netzwerk von professionellen Händlern gibt, die in ganz Europa bieten.*

“ Wir haben absolutes Vertrauen, dass wir das Auto zum besten Preis über AUTO1.com verkaufen werden, weil es ein großes Netzwerk von professionellen Händlern gibt, die in ganz Europa bieten. ”

Das bedeutet, dass wir profitabler sind und eine höhere Bruttogewinnspanne pro Einheit haben. Vor allem aber sind wir einen Prozess losgeworden, der sehr komplex war. Jetzt, wo alles bei AUTO1 als einzigem Vertragspartner zentralisiert ist, ist alles viel einfacher.

AUTO1: Wie siehst Du die Zusammenarbeit zwischen AUTO1 und Pérez Rumbao Group in der Zukunft?

Wir blicken sehr positiv auf die zukünftige Zusammenarbeit. Die Beziehung ist ausgezeichnet und AUTO1 ist ständig bemüht, seine Prozesse und Produkte zu verbessern und zu optimieren. Dieses ständige Streben nach Exzellenz ist ein sehr positiver Punkt, und darüber hinaus fühlen wir uns von AUTO1 einbezogen und unser Feedback wird immer berücksichtigt.

Soziale Initiativen

Spendenaktion für die Ukraine

Nach dem Einmarsch in die Ukraine beschlossen wir, eine Spendenaktion zu starten, um unsere Unterstützung für die Betroffenen zu zeigen. Unter dem Kampagnennamen "Fundraiser for Ukraine" konnten unsere Mitarbeitenden Geld spenden, das vom Unternehmen verdoppelt wurde.

Die Beteiligung und Solidarität unserer Mitarbeitenden mit dem ukrainischen Volk ging jedoch über die finanziellen Mittel hinaus. Es gelang uns auch, Sachspenden an unserem Hauptsitz in Berlin zu sammeln. Das Ergebnis waren 4 Lastwagen mit Hilfsgütern, die gespendet wurden.

Die Gesamtspende, die wir für unsere Ukraine-Spendenaktion gesammelt haben, beläuft sich auf 88.300 EUR. Diese Summe inkludiert die 44.150 EUR, die unsere Mitarbeitenden gespendet haben und die vom Unternehmen verdoppelte Spende. Die gesamte Spende ging an die von uns unterstützten Organisationen Jesuit Refugee Services und Hospitallers.





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

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 2022 fortgesetzt und der Tafel ein weiteres Fahrzeug zur Verfügung gestellt.

Seit dem Beginn unserer Partnerschaft 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 verkaufen. Wir wollten unser an der Kreislaufwirtschaft orientiertes Geschäftsmodell sozialen Projekten bereitstellen, die

von den Transport- und Mobilitätslösungen unserer Produkte profitieren können.

MIT DEN WORTEN DER 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. ”

04

UNSERE GOVERNANCE



- PAGE 50 Einführung in das Thema
- PAGE 51 Diagramm „ESG-Governance“
- PAGE 52 Compliance

Einführung in das Thema

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

Herzstück unserer Corporate-Governance-Struktur sind die Grundsätze des Deutschen Corporate Governance Kodex, die wir umfassend umgesetzt haben. Sie bieten unserer Einschätzung nach den optimalen organisatorischen Rahmen für unsere rechtlichen, ethischen und nachhaltigkeitsbezogenen Ziele und Anforderungen. Auf dieser Basis haben wir dafür gesorgt, dass wir einen unabhängigen Aufsichtsrat haben, und uns dazu verpflichtet, dass dieses Gremium bis 2023 mit zwei Frauen besetzt ist. 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.

Aufsichtsrat



Diagramm „ESG-Governance“



Alle ESG-Entscheidungen bei AUTO1 werden 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 Personalstrategie vor. Diese wird in vierteljährlichen Meetings mit dem ESG-Lenkungsausschuss und dem ESG-Ausschuss des Aufsichtsrats dargestellt. Daraufhin arbeitet das ESG-Team 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 für die Menschenrechte 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 gewissenhaften Geschäftsleitung walten zu lassen. Die Aufrechterhaltung der Compliance



ist Teil dieser gesetzlichen Verpflichtung, wird im Rahmen der Verteilung der Geschäftsverantwortung dem General Counsel/Vice President Legal und Head of Legal Compliance übertragen.

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

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

Compliance-Ausschusses wie Director of People zur Unterstützung dieses Prozesses einzubeziehen. Im Geschäftsjahr 2022 wurden uns keine wesentlichen Verstöße gemeldet.

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

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

Eines der zentralen Elemente unserer umfassenden Compliance-Bemühungen sind unsere Maßnahmen zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Wir sehen es als Teil unserer 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 Richtlinie 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 konsolidieren, 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 2022 haben wir unsere Richtlinie zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung aktualisiert, indem wir Interessenkonflikte ausführlicher erläutert und mit praktischen Beispielen ergänzt haben. Außerdem haben wir einen Artikel über Interessenkonflikte im Newsletter des Unternehmens veröffentlicht und mehrere gezielte Schulungen zur Korruptions- und Bestechungsbekämpfung durchgeführt, die auf die Bedürfnisse der Abteilungen und Mitarbeitenden zugeschnitten waren. Außerdem haben wir auch die webbasierten jährlichen Schulungen in diesem Bereich verbessert.

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. Daher bekennen wir uns zur UN-Charta und zur Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen.

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. Grund dafür ist die Einhaltung der EU-Arbeitsnormen, das Beziehen unserer Produkte aus der EU und die 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 Restrisiko zu minimieren. So iden-

tifizieren 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 Bestechung gilt, glauben wir, dass die dadurch geschaffene Transparenz uns dabei hilft sicherzustellen, dass wir keine Geschäftsbeziehung mit einem Partner eingehen, der die Achtung der Menschenrechte nicht ernst nimmt.

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

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

Darüber hinaus beschreibt unser Code of Conduct eindeutig unsere Haltung und unser Bekenntnis zu den Menschenrechten. Um dies nach außen zu kommunizieren und zu gewährleisten, dass unsere Geschäftspartner unsere Haltung kennen, wird unser CoC auf einer Group-Website veröffentlicht und ist öffentlich zugänglich. Zudem wird er im Rahmen unseres Due-Diligence-Programms für Geschäftspartner an diese weitergeleitet. Im Geschäftsjahr 2022 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 bereits vor der formellen gesetzlichen Verpflichtung erfüllt. Whistleblowing zu ermöglichen und die Hinweisgeber vor Vergeltungsmaßnahmen zu schützen ist unserer Überzeugung nach von zentraler Bedeutung für die Wahrung unserer Unternehmensgrundsätze und fördert zudem einen gesunden Austausch zwischen uns, unseren 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 Dr. Margarete Gräfin von Galen als externe Ombudsperson in Anspruch genommen. Schließlich ist der Kanal employeeconcerns@auto.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 entwickelt, 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 im Compliance-Bereich auf unserer Group-Website eingestellt.

Im Jahr 2022 wurde uns ein bestätigter Compliance-Verstoß von Mitarbeitenden über die oben genannten Kanäle zur Kenntnis gebracht bzw. gemeldet. Dabei ging es um einen Streit zwischen zwei Mitarbeitenden, der zu einer Untersuchung der Angelegenheit und zu disziplinarischen Maßnahmen gegen einen der beteiligten Mitarbeitenden führte.

Datenschutz- und Sicherheit

Als datengetriebenes Unternehmen verarbeiten wir enorme Datenmengen, die teilweise als personenbezogene Daten zu kategorisieren sind. Wir betrachten Daten als ein sensibles Gut.

Die gesetzlichen Anforderungen an den Datenschutz und die damit einhergehende Verantwortung, die uns als Datenverarbeiter obliegt, wird durch eine Unternehmenspolitik gestützt, die einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten gewährleistet. Für uns gehört der Schutz personenbezogener Daten zu unserer unternehmerischen und sozialen Verantwortung. Der Schutz dieser Daten ist entscheidend dafür, dass unsere 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 auf Bundes-, Landes- und internationaler Ebene. Daher ist der Datenschutz für AUTO1 von strategischer Bedeutung und wir haben wirksame Governance-Maßnahmen etabliert, um die Vertraulichkeit und Sicherheit der Kund*inneninformationen zu bewahren und die Einhaltung der geltenden Gesetze zu gewährleisten. Zudem hat AUTO1 Unternehmensrichtlinien und Verfahren eingeführt, die die Erfassung, Verwendung, Aufbewahrung und den Schutz von Daten regeln.

Um unsere Datenschutzmaßnahmen und damit das zugrundeliegende Datenschutzmanagementsystem auf eine solide Basis zu stellen, führen wir jährlich eine Compliance-

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

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

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, der für die technische und organisatorische Umsetzung unserer Datenschutzmaßnahmen zuständig ist.

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

Im Jahr 2022 gab es keine wesentlichen Datenschutzverletzungen, die personenbezogene Daten oder unsere Kund*innen betrafen.

Internet Sicherheit

Als Europas führende Plattform für den Gebrauchtwagenhandel, hat sich AUTO1 dem Schutz von digitalen Risiken verschrieben. Aufgrund der potenziellen Risiken, sowohl bei privaten als auch gewerblichen Nutzern, liegt unser Fokus auf dem Schutz unserer Marken. Denn Betrug und Identitätsdiebstahl, die oft auf der unrechtmäßigen Nutzung einer Marke basieren, stellen eine der größten Bedrohungen für Verbraucher*innen im Internet dar und haben weitreichende gesellschaftliche Folgen. Aus diesem Grund engagieren wir uns für den Schutz von Marken, Daten und der Privatsphäre im Internet. Unsere kontinuierliche Risikoanalyse und -bewertung hilft uns dabei, digitale Bedrohungen zu erkennen und zu stoppen.

Auf dieser Grundlage haben wir ein Team gebildet, das sich auf Markenmissbrauch im Internet spezialisiert hat und Mitglieder aus verschiedenen Abteilungen des Unternehmens umfasst. Neben dem Legal & Compliance Team sind auch der Vorstand des Unternehmens und die technische Leitung des Unternehmens in den Prozess eingebunden.

Das bestehende interne System zur Meldung potenzieller Sicherheitsvorfälle ermöglicht es uns, sofort auf verschiedene Risikosituationen zu reagieren. Die Analyse und Bewertung dieser Daten bildet die Grundlage für die entwickelten Gegenmaßnahmen. Die Maßnahmen ermöglichen es uns, unsere Handels- und Urheberrechte im digitalen Raum durchzusetzen. Diese Gegenmaßnahmen bestehen im Wesentlichen aus der Durchsetzung von Rechten gegen potentielle Angreifer aus dem Netz, wobei das bestehende Internetrecht und zahlreiche Meldeverfahren genutzt werden.

Der Schutz unserer Kund*innen im Internet findet zunächst im Vorfeld unserer Geschäftsbeziehungen statt. Dazu haben wir eine Reihe von präventiven Maßnahmen ergriffen, um zum Beispiel Betrug zu verhindern, der auf der Nachahmung unserer Produkte und Dienstleistungen beruht. Diese Betrugsprävention im Sinne des Markenschutzes umfasst Maßnahmen, wie die ständige Überwachung des Internets und wichtiger Webplattformen, um digitale Bedrohungen rechtzeitig zu erkennen. Die Überwachung von Domains hilft uns, vor der Registrierung von Dritten gewarnt zu werden. Auf diese Weise können potenzielle Risiken frühzeitig erkannt und minimiert werden.

Neben den etablierten Gegenmaßnahmen analysieren wir ständig die technologischen Entwicklungen in diesem Bereich. Wir sind stets bereit, unsere Schutzmaßnahmen zu verbessern oder zu erweitern und testen proaktiv Innovationen im Bereich der Cybersicherheit, wie z.B. Tools oder Plattformen, die mit Hilfe von Filtern und Algorithmen Markenanalysen durchführen und Berichte erstellen. Es findet ein Informationsaustausch mit Behörden und Institutionen des Finanzsektors, wichtigen Automobilhandelsplattformen und Gremien statt. Die Interessen des Verbrauchers und des Unternehmens stimmen hier überein. Die Gesamtheit dieser Maßnahmen bietet einen soliden Schutz vor digitalen Bedrohungen und baut unsere Marken auf.

Unsere IT-Sicherheit entspricht den Industriestandards. Darauf aufbauend sensibilisiert die wiederkehrende und verpflichtende IT-Sicherheitsschulung der Mitarbeitenden, die auch Phishing-Simulationen beinhaltet, für Cybersicherheit, sorgt für einen sicheren Umgang mit Daten und hilft, die häufigsten Angriffsarten wie Trojaner, Phishing oder Ransomware zu erkennen.



AUSBLICK

Wir sind gespannt, was 2023 für uns bereit hält. Unser äußerst talentiertes Team ist hochmotiviert, die Optimierungen unserer Plattform und die Fortschritte in unserem ESG-Ansatz voranzutreiben. Wir werden weiterhin einzigartige Erlebnisse für unsere Kund*innen schaffen und gleichzeitig unser Engagement für Innovationen und unsere ESG-Initiativen weiter ausbauen:

- **Die Umwelt:** Wir engagieren uns für den Schutz der Umwelt, indem wir Teil der Kreislaufwirtschaft im Automobilsektor sind. Im Durchschnitt handeln wir mit Fahrzeugen, die umweltfreundlicher sind als der EU-Durchschnitt, und

ersetzen weniger umweltfreundliche Fahrzeuge durch jüngere und umweltfreundlichere. Dieser Aspekt wird höchstwahrscheinlich durch die Beschlüsse der EU-Gesetzgebung, die Umstellung auf Elektrofahrzeuge in Europa zu beschleunigen, noch weiter verstärkt. Darüber hinaus werden wir auch im Jahr 2023 mit anderen großen Wiedervermarktungshändlern im Rahmen der CARA Battery Health Initiative zusammenarbeiten. Ziel ist es, gemeinsame Standards zu schaffen, um die Wiedervermarktung zu erleichtern und den Restwert von gebrauchten batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen durch das Vertrauen in die Batterie zu fördern. Wir arbeiten außerdem weiter daran, bis 2030 ein klimaneutrales Unternehmen zu werden.

- **Unsere Mitarbeitenden:** Wir sehen unsere Vielfalt als Stärke und sind stolz darauf, mit Menschen unterschiedlicher Herkunft zusammenzuarbeiten. Da wir überzeugt davon sind, dass Vielfalt ein zentraler Bestandteil unseres Erfolges ist, haben wir uns verpflichtet, bis 2026 25 % Frauen im Vorstand und 25 % weibliche Führungskräfte in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands, auf der Ebene der Senior Vice President und Vice President, zu haben. Darüber hinaus erwarten wir im Laufe des Jahres 2023 eine steigende Anzahl von Aktivitäten und Initiativen unserer AUTO1-Gemeinschaften.
- **Unsere Gemeinschaften:** Um die Transparenz weiter zu erhöhen und um mit unserem Produkt für lokale Gemeinschaften und Kund*innen noch besser erreichbar zu sein, werden wir unser Netzwerk unserer Abhol- und Abgabestationen erweitern. Darüber hinaus arbeitet unser Team kontinuierlich an der Verbesserung des Nutzererlebnisses und wird das Produkt und die Apps bis 2023 für Endkund*innen und Autohändler*innen weiter verbessern. Darüber hinaus werden wir Anfang 2023 den AUTO1 Group Preisindex, den europäischen Gebrauchtwagen-Preisreport, einführen. Wir analysieren für den Index unsere Datenbank von rund 3,6 Millionen Gebrauchtwagen-Transaktionen in Europa und haben damit einen einzigartigen Index entwickelt, der die Daten-Transparenz im Gebrauchtwagenmarkt erhöht und Einblicke in Gebrauchtwagen-Preistrends gibt.
- **Unsere Governance:** Wir werden unsere bereits erstklassigen Governance- und Compliance-Maßnahmen weiter verbessern. Wir sind der Meinung, dass sich diese direkt auf unsere Fähigkeit auswirken, unsere angestrebte Nachhaltigkeitsstrategie zu verfolgen. In diesem Jahr wird die AUTO1 Group im Rahmen der neuen Gesetzgebung zur wesentlichen Wiederherstellung der Aktionärsrechte während der Jahreshauptversammlung, die zuvor unter der COVID-19-Notfallgesetzgebung stark eingeschränkt waren, für die Jahreshauptversammlung 2023 ein deutlich höheres Maß an Interaktion mit den Aktionär*innen ermöglichen. Dazu gehört die digitale Live-Schaltung der Aktionär*innen während der Veranstaltung, um u.a. Anträge und Vorschläge zu stellen, Reden zu halten, Fragen zu stellen und das Stimmrecht auszuüben. Insbesondere ermöglicht der Vorstand den Aktionär*innen, Fragen während der Versammlung zu stellen.

Wir haben eine einzigartige Plattform, die in der Lage ist, einen der größten Märkte der Welt neu zu erfinden. Wir spielen weiterhin eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Transparenz im historisch undurchsichtigen Gebrauchtwagenmarkt. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Branche beim Übergang zu einer umwelt- und verbraucherfreundlicheren Zukunft.

Wir übernehmen in diesem Jahr und darüber hinaus Verantwortung für die Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks, leisten Pionierarbeit bei der Elektrifizierung des Gebrauchtwagenmarktes und fördern eine Kreislaufwirtschaft für Fahrzeuge.

Wir sind Europas führende digitale Plattform für den Kauf und Verkauf von Gebrauchtwagen und unsere Plattform wird zunehmend zum zentralen Anlaufpunkt für Gebrauchtwagentransaktionen. Dadurch sind wir in der Lage, Netzwerkeffekte zu unserem Vorteil zu nutzen, unseren Marktanteil weiter zu steigern und so den Prozess zu beschleunigen, den Gebrauchtwagenmarkt grüner zu gestalten: Wir verlängern die Lebensdauer von Fahrzeugen und handeln gleichzeitig mit Gebrauchtwagen, die umweltfreundlicher sind als der EU-Durchschnitt. In einigen Fällen werden weniger umweltfreundliche Autos durch jüngere und umweltfreundlichere Fahrzeuge ersetzt.

Obwohl wir im Jahr 2022 bereits deutliche Fortschritte gemacht haben, stehen wir in manchen Bereichen noch am Anfang. Wir sind fest entschlossen, die Herausforderungen innerhalb unserer Organisation und in der Automobilindustrie zu adressieren und Strategien zu entwickeln, um uns im Zuge dieser Reise Schritt für Schritt zu verbessern.

Sustainability Accounting Standards Board Disclosure

TOPIC	SASB ACCOUNTING METRIC	CATEGORY	UNIT OF MEASURE	DATA AVAILABLE IN THE REPORT
Energy Management in Retail & Distribution	(1) Total energy consumed, (2) percentage grid electricity, (3) percentage renewable	Quantitative	Gigajoules (GJ), Percentage (%)	(1) 15754 GJ (2) 100% (3) >85%
Data Security	Description of approach to identifying and addressing data security risks	Discussion and Analysis	n/a	Data present on pages 55-56
	(1) Number of data breaches, (2) percentage involving personally identifiable information (PII), (3) number of customers affected	Quantitative	Number, Percentage (%)	Data present on page 55
Labor Practices	(1) Average hourly wage and (2) percentage of in-store employees earning minimum wage, by region	Quantitative	Reporting currency, Percentage (%)	Data present on page 30
	(1) Voluntary and (2) involuntary turnover rate for in-store employees	Quantitative	Rate	Data present on page 30
	Total amount of monetary losses as a result of legal proceedings associated with labor law violations	Quantitative	Reporting currency	Data present on page 30
Workforce Diversity & Inclusion	Percentage of gender and racial/ethnic group representation for (1) management and (2) all other employees	Quantitative	Percentage (%)	Data present on page 29
	Total amount of monetary losses as a result of legal proceedings associated with employment discrimination	Quantitative	Reporting currency	Data present on page 30
Product Sourcing, Packaging & Marketing	Revenue from products third-party certified to environmental and/or social sustainability standards	Quantitative	Reporting currency	0%
	Discussion of processes to assess and manage risks and / or hazards associated with chemicals in products	Discussion and Analysis	n/a	In 2022, we did not handle a material amount of chemicals.
	Discussion of strategies to reduce the environmental impact of packaging	Discussion and Analysis	n/a	We do not ship packaged products, i.e., used cars, and try to recycle all packaging we receive.

Sustainability Accounting Standards Board Disclosure

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

AUTO1 | GROUP

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