



teilAuto eG (ehem. Mobility Center GmbH)

Gemeinwohl-Bericht

2022 - 2024

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	5
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	5
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	6
Lieferant*innen.....	11
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	12
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette.....	12
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette.....	18
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	20
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen.....	20
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	22
A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	24
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	25
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	25
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	29
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	32
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen.....	32
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette.....	33
Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen.....	36
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	37
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	37
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung.....	38
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen.....	39
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	42
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung.....	42
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln.....	45
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	46
B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen.....	46
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen.....	49
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	50
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	52
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur.....	52
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	54
Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen.....	56
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	57
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur.....	57
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	60
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	64
C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	68
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	69
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	69

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	70
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance.....	71
C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	73
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	76
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit.....	76
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz.....	76
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse.....	78
C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	79
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	81
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	81
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte.....	82
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	84
C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	87
Kund*innen und Geschäfts-partner*innen.....	89
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	90
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen.....	90
D1.2 Barrierefreiheit.....	95
D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	97
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	98
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen.....	98
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	102
D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	103
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	105
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	105
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	108
D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen.....	109
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	110
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	110
D4.2 Produkttransparenz.....	112
D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	114
Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen.....	115
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	116
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben.....	116
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	120
E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	124
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	126
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	126
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens.....	128
E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung.....	134
E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention.....	135
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	138
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie.....	138
E3.2 Relative Auswirkungen.....	141

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen.....	144
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	146
E4.1 Transparenz.....	146
E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung.....	147
E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	149
Ausblick.....	150
Kurzfristige Ziele.....	150
Langfristige Ziele.....	150
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU).....	151
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	153

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname	teilAuto eG (ehem. Mobility Center GmbH)
Rechtsform	Genossenschaft
Website	www.teilauto.net
Branche	H - Verkehr und Lagerhaltung
Firmensitz	Leipzig, Deutschland
Bilanztyp	Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum	01.01.2022 bis 31.12.2024
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	41 Personen
Vollzeitäquivalente	33,83 FTE
Saison- oder Zeitarbeitende	0 Personen
Umsatz	21.838.162 € Bezogen auf die Fahrerlöse.
Jahresüberschuss	3.418.216 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2024.)

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die teilAuto eG (ehemals Mobility Center GmbH) bietet Mobilitätsdienstleistungen im Bereich Carsharing an, dieser Bereich bestimmt zu 100 % den Umsatz des Unternehmens. Sitz der Gesellschaft ist Leipzig. Das Unternehmensgebiet erstreckt sich auf 27 Städte in den Bundesländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. In den größeren Städten (Chemnitz, Dresden, Erfurt, Halle und Leipzig) unterhält das Unternehmen Stadtbüros mit eigenen Mitarbeitenden, wobei aufgrund zentral gebündelter Bereiche (Fuhrparkmanagement, Kund*innenbetreuung, IT/FuE, Öffentlichkeitsarbeit) das Gros der Mitarbeitenden in Leipzig beschäftigt ist.

Die lokale Betreuung der Angebote vor Ort wird von Stadt- und Regionalleiter*innen organisiert, dazu gehören neben der Entwicklung des Fuhrparkangebots vor allem die Stationsakquise und -betreuung sowie die Betreuung von Geschäftskund*innen. Gesellschafter*innen der Mobility Center GmbH waren die beiden Geschäftsführer sowie drei ehemalige Vorstände des Vereins teilAuto Halle (Saale) e. V. 2024 waren 41 Mitarbeitende bei der GmbH beschäftigt, hinzu kommen eine Vielzahl an externen Dienstleistenden, etwa bei der Fuhrparkbetreuung („Servicemobile“). Mit Eintragung in das Genossenschaftsregister am 30.09.2025 wurde der Formwechsel der Mobility Center GmbH in eine eingetragene Genossenschaft (teilAuto eG) auf Grundlage des

Gesellschafterbeschlusses vom 21.8.2025 nach §§ 251–257 UmwG erfolgreich vollzogen. Durch den Formwechsel ist die Genossenschaft mit der GmbH nach § 202 Abs. 1 UmwG identisch. Es findet kein Rechtsübergang statt, sämtliche Verträge, alle Forderungen und Verbindlichkeiten bestehen unverändert fort. Der Formwechsel erfolgte während der Erarbeitung dieses Berichtes.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Carsharing	100

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Die Idee von Carsharing und die Transformation in stabile Geschäftsprozesse seit Gründung der ersten Carsharing-Initiativen in Deutschland entspringt dem Gedanken, dass es sowohl wirtschaftlich als auch ökologisch sinnvoller ist, die Ressource Auto gemeinschaftlich mit anderen Menschen zu teilen, als diese ausschließlich individuell in eigenem Besitz zu nutzen. Das Unternehmen stellt sich dem Anspruch, durch sein Angebot zahlreiche positive Effekte zu generieren, sowohl im Hinblick auf die Verkehrsmittelwahl von Menschen und deren Lebensumfeld einerseits als auch auf das Verkehrssystem und die Wirkungen individueller Mobilität auf die Umwelt und das Klima insgesamt andererseits. Kernziel bleibt es, bestehende Routinen einer ausschließlich privaten oder dienstlichen Pkw-Nutzung zu durchbrechen, indem sich die Nutzungsgewohnheiten durch ein „gutes“ Carsharing-Angebot langfristig verändern.

Dies funktioniert nur in engem Zusammenspiel mit den Nutzenden. Im internen Sprachgebrauch des Unternehmens ist deshalb auch von Carsharing als einer sog. Mitmachdienstleistung die Rede. Dies spiegelt den Spagat wider zwischen einer angebotsorientierten Dienstleistung mit entsprechender Nutzer*innenerwartung (Leistungsspektrum, Preise, Fahrzeugverfügbarkeit usw.) und der Notwendigkeit, nach klar bestimmten Regeln und mit Rücksicht auf die anderen Mitnutzenden zu handeln (Einhaltung der Buchungszeit, Sauberkeit der Fahrzeuge, Beachtung der Tankregel u.ä.). Nicht zuletzt findet sich diese Entsprechung im Begriff „Gemeinschaftsautos“, mit dem Carsharing-Autos oft bezeichnet werden.

Insofern lag die Beschäftigung mit den Grundlagen und Zielen der Gemeinwohlökonomie (GWÖ) nahe. Die prinzipielle Orientierung an den Nachhaltigkeitsgrundsätzen ist im Unternehmensleitbild festgehalten. Dort heißt es: *„Die Entwicklung des Unternehmens orientiert sich an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals SDGs). Zweck, Ziel und Weg der Unternehmung entsprechen der kontinuierlichen Zusammenführung der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales.“*

1) *Ökologie: Wir verfolgen eine ökologische Einkaufspolitik in allen Bereichen. Dabei wird u.a. der Fuhrpark an den Kriterien des Umweltzeichens "Blauer Engel" (RAL-UZ 100) ausgerichtet und Investitionen und Bauleistungen werden an ökologischen Maßstäben gemessen.*

2) *Ökonomie: Unabhängig von Förderungen und außerordentlichen Erträgen wird eigenwirtschaftlich und kostendeckend gehandelt. Wir arbeiten nicht Gewinn maximierend. Ziel ist eine stabile Eigenkapitalrendite von jährlich 7,5 %. Wir wachsen organisch. Investitionen müssen wirtschaftlich begründet sein und dürfen den Carsharing-Betrieb nicht gefährden. Riskante Investitionen beschränken sich in der Höhe auf das Eigenkapital des Unternehmens.*

3) *Soziales: Wir streben eine dauerhaft faire und leistungsgerechte Bezahlung der Mitarbeitenden an. Vertraglich vereinbarte Arbeitszeiten werden eingehalten. Im*

Rahmen seiner Möglichkeiten entspricht das Unternehmen den Wünschen der Mitarbeitenden nach Teilzeit- und flexiblen Arbeitszeitmodellen. Mehrarbeit wird durch Zeitausgleich oder Bezahlung ausgeglichen. Der Gehaltsrahmen wird in einer Betriebsvereinbarung festgelegt und orientiert sich am TVöD. Wir bieten eine betriebliche Altersvorsorge an“.

Zudem wuchs in den vergangenen Jahren im Unternehmen der Wunsch, die Bedingungen des Geschäftsmodells Carsharing neu bzw. genauer zu bewerten. Dies insbesondere auch, um in der Außenwahrnehmung nicht nur die verkehrsökologisch sinnvollen Wirkungen von Carsharing, sondern auch die Organisation der Dienstleistung in und mit der Gesellschaft darzustellen und/oder diese nach transparenten Kriterien zu entwickeln. Ein erster Kontakt zur GWÖ-Regionalgruppe Leipzig 2018 gab hier den Anstoß. In der Folge verfestigte sich die Überzeugung, dass die GWÖ-Themenfelder ein geeigneter Bewertungsmaßstab für das eigene unternehmerische Handeln sein können, was sich in der ersten Gemeinwohlbilanz manifestierte, die Ende 2019 vorgelegt wurde. Eine Rezertifizierung wurde 2022 mit dem zweiten Gemeinwohlbericht für die Jahre 2019-21 vorgenommen. Der nun vorliegende Bericht für 2022-24 stellt den dritten Bericht dar.

Mit unserer Mitgliedschaft im Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e. V. sowie im Gemeinwohl-Ökonomie Mitteldeutschland e. V. drücken wir unsere Unterstützung für die Förderung einer gesamtgesellschaftlichen Gemeinwohlorientierung aus.

Bei der Auseinandersetzung mit den GWÖ-Themenfeldern – dies wird auch im vorliegenden Bericht deutlich – stellte sich schnell heraus, dass trotz aller positiven Effekte des Angebots Carsharing und seines nachhaltig organisierten Zuschnitts bestimmte Themen dauerhaft kritisch begleitet werden müssen: Vor allem im Bereich Lieferant*innen, konkret bei den Automobilproduzent*innen bleiben zahlreiche offene Fragen in Bezug auf die Herkunft der eingesetzten Produkte. Hier nehmen die Abhängigkeiten und Unwägbarkeiten seit einigen Jahren als Folge der globalwirtschaftlichen Verschiebungen eher zu, zumal weitreichende Lieferengpässe derzeit wenig Auswahl nach sozialen oder ökologischen Alternativen zulassen. Ebenso lassen sich die Umweltwirkungen der Fahrzeugnutzung nicht ausblenden und sind allen Reduktionsbestrebungen und Einsparungspotenzialen zum Trotz weiterhin vorhanden. An diesen Punkten legt die Gemeinwohlmatrix den Finger auf die Wunde und zwingt zu einer weitergehenden Beschäftigung und Auseinandersetzung auch in den kommenden Jahren.

Die größten (positiven) Handlungsspielräume eröffnen sich im Bereich Unternehmens-/Eigentümer*innenstruktur, bei der Einbeziehung der Mitarbeitenden sowie im Umgang mit Kund*innen und gesellschaftlichen Berührungsgruppen. Soweit sich der Einfluss des Unternehmens auf die Region bzw. das erreichbare Umfeld erstreckt, kann das Unternehmen dabei ein hohes Maß an Selbstwirksamkeit entfalten.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Der größte Fokus aller Aktivitäten mit GWÖ-Bezug im Berichtszeitraum lag auf der Forcierung einer Umwandlung der GmbH in eine Genossenschaft. Das Ziel, eine eingetragene Genossenschaft "teilAuto eG" zu werden, speist sich aus der Motivation, dem Ansinnen des Carsharing-Gedankens durch eine deutlich passendere Unternehmensform gerecht zu werden. Im Berichtszeitraum wurden viele der nötigen Schritte auf dem Weg zur Genossenschaft bewältigt, der Formwechsel (nach §§ 251-257 UmwG) wurde am 30.09.2025 mit Eintragung in das Genossenschaftsregister erfolgreich vollzogen. Genossenschaften sind der Gemeinwohlökonomie in vielerlei Hinsicht näher als GmbH, weil sie – aufbauend auf den Prinzipien Mitgliederförderung, Identität von Berührungsgruppen und Mitbestimmung – strukturell und wertebasiert stärker auf ein gemeinwohlorientiertes Wirtschaftsmodell ausgerichtet sind.

Genossenschaften sind demokratisch organisierte Unternehmen, die ihren Mitgliedern gehören und deren Ziel nicht die Gewinnmaximierung, sondern die Förderung gemeinsamer Interessen ist. Sie basieren auf Prinzipien wie Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Solidarität – Werte, die sich stark mit denen der GWÖ überschneiden. Der [Zusammenhang](#) gründet in der Ausrichtung auf ein gemeinsames Interesse von Eigentümer*innen und Nutzenden in Genossenschaften, was gemeinwohlorientiertes Engagement grundsätzlich einschließt. Beide Modelle fördern eine demokratische, transparente und werteorientierte Wirtschaft. In Genossenschaften gilt das Prinzip „ein Mitglied, eine Stimme“, unabhängig von der Kapitalbeteiligung. Das fördert demokratische Mitbestimmung und begrenzt den Einfluss einzelner Akteur*innen. Damit werden sowohl die Repräsentanz als auch die Mitentscheidungsmöglichkeiten von Kund*innen und Berührungsgruppen bei der künftigen Unternehmensentwicklung auf eine wesentlich breitere und institutionell fixierte Grundlage gestellt.

Abgesehen von kleineren Energiegenossenschaften, die die Nutzung von Gemeinschaftsfahrzeugen als Nebenzweck betreiben, sind reine Carsharing-Genossenschaften in Deutschland selten. Einen Formwechsel von einer GmbH zu einer Genossenschaft gab es im Carsharing in Deutschland noch nie – hier sind wir die Ersten. Bereits vor der Erstellung des ersten Gemeinwohlberichts kristallisierte sich die Genossenschaft als sinnvolle und vielversprechende Lösung heraus. Seitdem wurde das Thema konzeptionell intensiv verfolgt (vgl. Vorberichte). Dabei hat sich gezeigt, welche Chancen und Vorteile sich mit einer Umwandlung für unterschiedliche Berührungsgruppen eröffnen:

- Nutzende: Beteiligung am Unternehmenserfolg, Sicherstellung einer nachhaltigen Ausrichtung auf breiter Basis (Zusammenführung von Eigen- und Gemeinwohlinteresse);
- Mitarbeitende: Arbeitsplatzsicherung, Unabhängigkeit von externen Geldgebern mit Gefahr des Zielwechsels (Umstrukturierung, Renditeausrichtung, Zweckänderung);
- Gesellschafter: Regelung der Unternehmensnachfolge unter Wahrung der heutigen Unternehmensausrichtung, Verteilung der Risiken infolge des Wachstums auf breitere Schultern;
- Öffentlichkeit: gesellschaftsrechtlich verankerte Transparenz des Unternehmenszwecks – zusätzlicher Gewinn an gesellschaftlicher Wahrnehmung und damit an Relevanz.

Der gesellschaftliche Nutzen der Dienstleistung stand während der gesamten Unternehmensgeschichte im Fokus: Die Entlastung des eigenen Haushalts von Fahrzeugkosten verbunden mit dem verkehrsökologischen Effizienzgewinn infolge weniger Park- und Verkehrsraum und der Verringerung negativer Auswirkungen des motorisierten Individualverkehrs. Das mit der Genossenschaftsumwandlung verfolgte Kernziel ist eine langfristige Unternehmenssicherung auf Basis der Teilhabe:

- Teilhabe an der gemeinschaftlich organisierten Dienstleistung (Carsharing);
- Teilhabe an der gemeinsamen Wertschöpfung durch Nutzung (Unternehmenserfolg);
- Teilhabe an der Bereitstellung eines unabhängigen und nachhaltigen Mobilitätsangebots mit geteiltem Risiko (ökologische in Verbindung mit ökonomischer Wettbewerbsfähigkeit);
- Teilhabe an der Weiterentwicklung eines demokratisch gestalteten Unternehmens (Mitsprache und Mitbestimmung).

Dieser Anspruch lässt sich hervorragend mit den genannten vier genossenschaftlichen Grundprinzipien vereinbaren:

- Identitätsprinzip: Carsharing-Nutzende sind in einer Genossenschaft zugleich Besitzende – statt des eigenen Autos nun eines gemeinschaftlich genutzten/ bewirtschafteten Fuhrparks;
- Förderprinzip: Die Orientierung an den Interessen der Nutzenden an einem attraktiven Angebot steht vor dem Interesse der Kapitalverwertung bzw. einem kurzfristigen Renditeinteresse Dritter;
- Demokratieprinzip: Abbildung gleicher Rechte und Pflichten – sowohl bei der Carsharing-Nutzung (Kosten- und Verursacherprinzip) als auch im Mitgliedschaftsverhältnis (eine Stimme);
- Solidarprinzip: gemeinsames Interesse an der Angebotsentwicklung durch Einbeziehung aller – sei es durch faire Preise, gerechte Tarifmodelle oder nutzerorientierten Netzausbau.

Im Berichtszeitraum wurden in Vorbereitung des Formwechsels folgende wesentliche Maßnahmen zur Umwandlung in eine Genossenschaft umgesetzt:

- Regelmäßige Willensbildung auf Gesellschafterebene in Vorbereitung auf den zu treffenden und notariell zu beurkundenden Formwechselbeschluss
- Fortlaufende Auseinandersetzung mit dem Projektfortschritt in Gesellschafterversammlungen (Satzungsentwurf, Höhe Geschäftsanteil, künftige Mitgliedervorteile)
- Kontaktaufnahme mit genossenschaftlichen Beratungsverbänden (Genoverband e. V., Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e. V., Prüfungsverband der kleinen und mittelständischen Genossenschaften e. V.)
- Beitritt in den Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e. V.
- Konzeption des Formwechselvorhabens mit anwaltlicher Unterstützung
- persönlicher Austausch mit zwei Carsharing-Genossenschaften (StattAuto eG, teilAuto Neckar-Alb eG), z. T. mit Beteiligung der Gesellschafter
- Auftaktworkshop im März 2023 mit innova eG (Beratungs-, Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft zur Beratung bei Genossenschaftsgründung) mit Gesellschaftern, Mitarbeitenden, Kund*innen, Geschäftsführung
- Budgetbereitstellung für das Projekt des Formwechsels: 170.000 € pro Jahr für zwei Jahre ab 2024
- anwaltliche Beratung für Projektstelle zur Genossenschaftsumwandlung
- Start des Projektes, Bestellung eines Projektleiters, Schaffung einer Projektstelle ab August 2024
- Ausstattung des Projektleiters mit einer BahnCard 100 für Dienstreisen
- Entwicklung eines Satzungsentwurfes für die Genossenschaft
- Suche nach einer Genossenschaftsbank, Zusammenarbeit mit der DZ-Bank (Institut der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken, Zentralbank für die rund 700 Genossenschaftsbanken in Deutschland, denen sie mehrheitlich gehört), Darlehen i.H.v. je 5 Mio. € in allen drei Jahren des Berichtszeitraums
- Erstellung eines Wirtschaftsplans unter Berücksichtigung genossenschaftlicher Besonderheiten (Mitgliedervorteile, Prüfungsaufgaben, IT-Anforderungen)
- Information der Kund*innen und der Öffentlichkeit über die Gründe und Fortschritte auf dem Weg zur Genossenschaft im [Newsletter](#)
- Vorbereitungen zur technischen Umsetzung der Mitgliederaufnahme und -verwaltung, frühzeitige Kontaktaufnahme mit entsprechenden Dienstleistenden

Das unternehmerische Handeln ist ansonsten permanent bestimmt von:

- der Auswahl und Überprüfung von eingekauften Produkten und Dienstleistungen hinsichtlich Gemeinwohlorientierung/ Nachhaltigkeit, soweit dies möglich ist (vor

allem im Bereich IT- und Bürotechnik sowie bei Marketingmaterial; bei Fahrzeugen hinsichtlich Verbrauch/ Energieeffizienz auf Grundlage der Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel gemäß dem Gütesiegel RAL-UZ 100);

- dem wiederkehrenden Austausch mit Lieferant*innen und Kund*innen;
- dem Geschäftszweck an sich: durch die Dienstleistung soll bei gleichzeitig dauerhafter Reduzierung des Pkw-Bestands die Lebensqualität der Menschen in der Gesellschaft erhöht werden;
- der Förderung der Verkehrsträger des Umweltverbundes (Fußverkehr, Fahrrad, ÖPNV) und der Maßgabe, jegliches Engagement im Unternehmen an Kriterien der Gemeinwohlbilanz zu messen;
- einem Verständnis, dass Personalkosten aus dem laufenden Betrieb selbst getragen werden müssen und nicht dauerhaft auf Förderung angewiesen sein dürfen;
- Vorgaben für das Preissystem in Abhängigkeit der tatsächlichen Verbrauchskosten, die einfache und selbstorganisierte Nutzung sowie ein dezentrales Stationsnetz in Wohnortnähe.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Josephine Michalke
presse@teilauto.net

Berührungsgruppe A

Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Carsharing stellt in der vom Unternehmen erbrachten Form eine nicht sehr personalintensive Dienstleistung dar, d. h. ein Großteil der Wertschöpfung wird durch eine Vielzahl zugekaufter Dienstleistungen und Produkte erbracht. Für den Bericht wurden die bedeutenden und für den Einkauf relevantesten Produkte und Dienstleistungen ausgewählt:

Produkte:

- Fahrzeuge
- Hardware für Carsharing-Technik (Bordcomputer etc.)
- Kraftstoff
- Printprodukte (Schilder, Flyer, Broschüren etc.)

Dienstleistungen:

- Fahrzeugversicherung
- IT- und Telekommunikation (Backend- und Frontendentwicklungen sowie -betrieb, Betreuung der unternehmenseigenen IT und Telekommunikation)
- Grafikkonzeption und -design für Öffentlichkeitsarbeit/ Marketing
- Werkstatteleistungen
- Fahrzeugbetreuung
- Finanz- und Rechtsberatung

Der Leitgedanke bei der Fahrzeugauswahl ist stets anlassbezogene, d. h. für den jeweiligen Zweck ausreichende und zugleich möglichst kleine Fahrzeugklassen (für jeden typischen Fahrtzweck geeignete Fahrzeuge) bereitzuhalten. Aufgrund der begrenzten Auswahl in Frage kommender Produktionsunternehmen beschränkt sich das Angebot auf Fahrzeuge europäischer Herstellfirmen (mit Ausnahme zweier Herstellfirmen aus Südkorea, da zum Zeitpunkt der Beschaffung die Lieferengpässe anderer Herstellfirmen keine andere Auswahl ermöglichten), bei denen davon auszugehen ist, dass die Produktionsstandorte der zum Einsatz kommenden Modelle hohe soziale Standards bei den Mitarbeitenden vorweisen.

Übersicht Herstellfirmen und Produktionsstandorte:

- Opel (Astra, Corsa, Combo, Vivaro) – Deutschland/ Frankreich/ Spanien/ Portugal
- Volkswagen (Caddy, ID.3, ID.4, Passat, Polo, up!) – Deutschland/ Polen/ Slowakei/ Spanien
- Renault (Clio, Kangoo, Megane, Master, Trafic, Twingo, Zoe) – Frankreich/ Slowenien / Türkei
- Ford Europe (Fiesta, Focus, Transit) – Deutschland/ Rumänien/ Türkei
- Škoda (Fabia, Superb) – Slowakei/ Tschechien
- Dacia (Sandero) – Rumänien
- Hyundai (i10) – Türkei
- Kia (cee'd) – Slowakei
- Peugeot (e-208) – Spanien

- Fiat (500, Tipo) – Italien

Für die Carsharing-Hardware wird auf ein deutsches Unternehmen gesetzt, das als Pionier der Carsharing-Zugangstechnik gilt. Das Unternehmen hat vergleichbare Ursprünge wie unser Unternehmen, kommuniziert die Benefits für seine Mitarbeitenden öffentlich und blickt auf eine langjährige enge Zusammenarbeit zurück.

Der Kraftstoff wird an öffentlichen Tankstellen bezogen. Die Nutzung einer Flotten-Tankkarte vereinfacht das Tanken für Nutzende, da Tankkosten auf diese Weise nicht bar verauslagt werden müssen. Aufgrund seiner hohen Netzabdeckung wurde der entsprechende Dienstleister DKV Euroservice gewählt.

Der Dienstleister zur Herstellung von Printprodukten (Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Stationsausstattung etc.) ist einer von vielen Lieferant*innen, mit denen das Unternehmen seit 23 Jahren eine beständige Geschäftsbeziehung pflegt. Neben vielen positiven Gründen, die sich durch die Verlässlichkeit und hohe Qualität der eigentlichen Erbringung der Dienstleistung ergeben (so wird regelmäßig auf Umweltdruck und qualitative Standards, etwa in Österreich patentgeschützter Pocketflyer geachtet), ist der regionale Bezug des inhabergeführten Unternehmens ausschlaggebend.

Im Falle der Fahrzeugversicherung weist der gewählte Versicherer nicht nur gute Konditionen auf, sondern sticht durch regelmäßige Jahresgespräche und eigene gemeinwohlorientierte [Unternehmensansätze](#) heraus und legt selbst auch Wert auf eine langfristige Zusammenarbeit. Als Versicherer von Kommunen, Landkreisen, Gemeindeverwaltungs- und Zweckverbänden sowie kommunalen Unternehmen in öffentlichem Besitz zeichnet sich der Versicherer durch eine verantwortungsbewusste, nicht ausschließlich gewinnorientierte und enge Kund*innenorientierung, wertschätzende und familienfreundliche Mitarbeitendenführung und den umweltbewussten Umgang mit Ressourcen aus.

Bei weiteren Dienstleister*innen sind neben ökonomischen Kriterien vor allem Lokalität/ Regionalität (damit verbundene Sozialstandards für die dort angestellten Personen), Vertrauen auf langjährige Zusammenarbeit, ökologische Kriterien bei Herstellung oder/ und Nutzung des Produktes/ der Dienstleistung wesentliche Kriterien zur Auswahl. Von den Verantwortlichen im Unternehmen, die mit der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen betreut sind, werden diese Maßstäbe immer herangezogen.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Im Bereich Fahrzeugkauf verfügen herstellende Unternehmen mittlerweile über Konzepte und Strategien, um die Einhaltung sozialer Standards entlang der Lieferkette zu überwachen und regelmäßig zu prüfen. Darüber hinaus gibt es entsprechende [CSR-Siegel](#) und Zertifikate. Dazu zählen unter anderem das EMAS (Eco Management and Audit Scheme) sowie die ISO-Norm 14001 und die Norm SA 8000, welche die Arbeitsbedingungen bei Zulieferfirmen weltweit regelt. Unter den Verlinkungen sind die Konzepte und Strategien der Unternehmen zu finden: [Renault](#), [Volkswagen](#), [Opel](#), [Ford](#), [Europe](#), [Skoda](#), [Kia](#), [Peugeot](#). Eine Kontrolle bzw. weitergehende Einflussnahme auf Produktionsstandards bzw. die Lieferkettenpolitik ist aufgrund vielfältiger Abhängigkeiten (lokale Werkstatt- und Handelsbeziehungen, CO₂-/ Schadstoffausstoß verfügbarer Modelle bzw. Angebotsklassen und konkrete Ausstattungslinien) allerdings kaum umsetzbar.

Im Bereich der Dienstleistenden können soziale Risiken deutlich besser evaluiert werden. Durch die Ursprünge und Unternehmenssitze in der Region bzw. in Deutschland, regionalen Bezug von Produkten sowie langjährige enge Zusammenarbeit können Verstöße gegen die Menschenwürde überprüft und ausgeschlossen werden. Dies gilt ebenfalls für einige Lieferant*innen, bspw. für die

Carsharing-Hardware.

Eine ausdrückliche Evaluierung sozialer Risiken erfolgt bislang nicht in allen Bereichen. Allerdings besitzt das Unternehmen wie eingangs beschrieben mit dem Unternehmensleitbild einen grundlegenden Wertekanon, der sich auch in der Zulieferkette widerspiegelt und soziale Standards in den gewählten Unternehmen berücksichtigt. Im Bereich Einkauf (Fahrzeuge/ Kraftstoffe) kann dieser bislang allenfalls beobachtet und nicht systematisch angewendet werden, im Dienstleistungssegment hingegen weitgehend, da hier direkte und langjährige Verhandlungspartnerschaften bestehen. Wird dieser Wertekanon verletzt, erfolgt eine konsequente Reaktion, die ggf. zu einer Beendigung der Zusammenarbeit führt. Im Berichtszeitraum musste die Zusammenarbeit mit einem Lieferanten eingestellt werden, da dieser eindeutig und öffentlich einsehbar Positionen vertrat, die die Menschenwürde verletzen. Zudem werden bewusst keine Fahrzeuge von Tesla in die Flotte aufgenommen, auch wenn diese in Europa produziert werden, da öffentlich bekannt ist, dass Tesla in Schweden gegen Tarifverträge agiert(e) und allgemein gewerkschaftliches Arbeiten aktiv unterbunden hat und unterbindet. In der Zusammenarbeit mit Lieferant*innen und Dienstleistenden wird auf familienfreundliche Planung geachtet, beispielsweise indem keine Besprechungstermine für den späten Nachmittag terminiert werden.

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?

Eine Prüfung auf Verstöße erfolgt:

- beim Fahrzeugeinkauf: allgemeine Informationen über Produktionsbedingungen, Prüfung bei Modellwechsel insbesondere hinsichtlich geänderter Produktionsstandorte, Auswahl von Modellen mit europäischem Produktionsstandort;
- bei der Bordcomputertechnik: über brancheninterne Informationen (z.B. Branchentreffen, Bundesverband Carsharing e. V.), da hierbei eine Vielzahl von Carsharing-Organisationen beliefert werden und Menschenrechtsverstöße bzw. unfaire Produktionsbedingungen schnell bekannt würden;
- Werkstätten: regelmäßige Kommunikation zwischen Verantwortlichen (Schadenzentrale) und Werkstätten, regelmäßige Besuche durch Mitarbeitende der Schadenzentrale und Servicetechniker*innen;
- IT-Systeme: Kooperationspartner*innentreffen der Mandant*innen des Systemgebers; Wechsel des Buchungssystems im Jahr 2022 zu einem anderen deutschen Anbieter; vertrauensvolle Zusammenarbeit mit kleinen lokal verwurzelten IT-Dienstleister*innen für Webseite/ App;
- Servicemobile/ Fahrzeugwartung: sehr enge Zusammenarbeit zwischen Verantwortlichen (Schadenzentrale) und Mitarbeitenden der Servicemobile; vertraglich eingegrenzte Arbeitszeiten (grundsätzlich keine Abend-/ Nacht-/ Wochenendeinsätze, definierte Bereitschaftszeiten, eigene Entscheidungsbefugnisse).

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

In Einzelfällen wurde in persönlichen Gesprächen mit Lieferant*innen bspw. die Entlohnung der Beschäftigten thematisiert, um sicherzustellen, dass es hier zu keinen Verstößen i.S. einer menschenunwürdigen Bezahlung von Mitarbeitenden kommt. Es boten sich jedoch keinerlei Anlässe, Sanktionen einzuleiten oder anzudrohen.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Im Fahrzeug- und IT-Hardwarebereich gibt es unseres Wissens für uns keine relevanten Produkte, die ein belastbares Siegel bzw. aussagekräftiges Zertifikat i.S. sozialer Kriterien und einer Achtung der Menschenwürde führen. Eine Eigenevaluation der Anbietenden halten wir für wenig glaubwürdig bzw. eine Auswahl nach Rankings für eher willkürlich und auch künftig für schwer nachvollziehbar. Bislang haben wir auch keinen Weg finden können, Einfluss auf die Herstellfirmen entsprechender Produkte und Dienstleistungen zu nehmen – hierfür ist die Marktmacht selbst aller Carsharing-Organisationen in Deutschland zusammengenommen eindeutig zu gering. In den Bereichen, in denen wir Einfluss haben, streben wir möglichst den Einkauf von Fahrzeugen aus deutscher/ europäischer Produktion an. Im Bereich der Lebensmittel/ Genussmittel achtet das Unternehmen darauf, Produkte mit Fairtrade-Siegel und aus möglichst regionaler Herstellung einzukaufen.

**Anteil der zugekauften
Produkte/ Dienstleistungen am
gesamten Einkaufsvolumen**

2024

Branche	Ausgaben (in €)
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	6.794.730
Cd - Produktion von petrochemischen Produkte und Kunststoffen (C19, C20, C22)	5.185.821
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	2.107.346
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	1.528.373
K - Kredit- und Finanzwesen	2.840.172
Übrige Lieferanten	1.935.373

Die erste Zeile bezieht sich auf Fahrzeugerwerb/ Leasing, während die dritte Zeile sich auf Werkstattleistungen bezieht (beide in Branchenkategorie G).

2023

Branche	Ausgaben (in €)
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	5.187.622
Cd - Produktion von petrochemischen Produkte und Kunststoffen (C19, C20, C22)	4.413.876
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	1.700.845
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	1.087.085
K - Kredit- und Finanzwesen	2.100.560
Übrige Lieferanten	1.946.891

Die erste Zeile bezieht sich auf Fahrzeugerwerb/ Leasing, während die dritte Zeile sich auf Werkstattleistungen bezieht (beide in Branchenkategorie G).

2022

Branche	Ausgaben (in €)
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	4.134.402
Cd - Produktion von petrochemischen Produkte und Kunststoffen (C19, C20, C22)	4.190.916
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	1.279.009
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	1.069.833
K - Kredit- und Finanzwesen	1.884.546
Übrige Lieferanten	1.715.402

Die erste Zeile bezieht sich auf Fahrzeugenwerb/ Leasing, während die dritte Zeile sich auf Werkstattleistungen bezieht (beide in Branchenkatgorie G).

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

Dieser Anteil lässt sich in der Gesamtheit nicht seriös angeben, da hier nach verschiedenen Bereichen differenziert werden muss.

Der Ausgabenanteil für Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen und überwiegend in Deutschland erbracht wurden, beläuft sich auf über 95 %. Bis auf wenige Ausnahmen, wie bspw. der Newsletter-Versand oder periphere IT-Dienstleistungen (Google, Social Media u. ä.) beschränkt sich das Unternehmen auf Dienstleistungen aus der Region bzw. aus Deutschland. Die langjährige enge und vertraute Zusammenarbeit mit den Dienstleistenden sorgt für eine engmaschige Kontrollmöglichkeit der fairen Arbeitsbedingungen.

Hingegen kann der Anteil der eingekauften Produkte, die nachweislich unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden, nicht zweifelsfrei angegeben werden. Produkte aus für uns nachvollziehbaren Lieferketten – hierzu gehören Büromaterialien sowie Lebensmittel – werden zu nahezu 100 % aufgrund geeigneter Label (Blauer Engel, Fairtrade-Siegel) bezogen. Weitere Dienstleistungen wie z. B. die Herstellung von Printmaterial, Stationsschildern und -stelen sowie Werkstattleistungen werden bewusst von in der Region bzw. Deutschland ansässigen Unternehmen erbracht.

Rechentechnik sowie Fahrzeugbeschaffung sind nur in Bezug auf den Wertschöpfungsanteil in Deutschland/Europa zu beurteilen, der sich in seiner Höhe jedoch nicht bemessen lässt und nur grob geschätzt werden kann. Verbindliche Standards bzw. Richtlinien, die eine dezidierte Beschaffungsstrategie aufgrund unabhängiger Prüfmethode rechtfertigen könnten, existieren – abgesehen von wenig belastbaren Handlungspostulaten – hierfür nicht. Für den Kraftstoffeinkauf sind keine Zahlen bzw. Größenordnungen fairer Herstellungsprozesse entlang der Lieferkette bekannt, nach denen eine Einordnung vorgenommen werden kann.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Überprüfung der Flottenzusammensetzung

Der Ausbau der Flotte wurde weiterhin nach Kriterien der Arbeitsbedingungen an den Produktionsstandorten vorangetrieben. Dies gestaltete sich durch Engpässe am Automobilmarkt durch die Ausläufer der Pandemie, Kostensteigerungen und mangelnder Verfügbarkeit von Modellen und Marken sehr schwierig und konnte dennoch in den allermeisten Fällen umgesetzt werden.

Entscheidung für deutschen Hersteller von Carsharing-Zugangstechnik

Im Zuge einer notwendigen Umstellung der Zugangstechnik zur Fahrzeugöffnung (Umrüstung von Bordcomputern) wurde verschiedene Produkte und Hersteller*innen überprüft und verglichen. Trotz deutlicher Preisunterschiede wurde sich für ein deutsches Herstellunternehmen entschieden, dessen Arbeitsbedingungen für uns kontrollierbar und glaubhaft nachvollziehbar sind.

Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Weimar

Für die Servicemobil-Leistungen in Weimar war bis 2023 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2023 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen.

Ausbau der eigenen internen Servicemobil-Struktur in Dresden

Verdopplung des Personalstammes im unternehmensinternen Servicemobil Dresden im Berichtszeitraum.

Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Jena

Für die Servicemobil-Leistungen in Jena war bis 2024 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2024 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen.

Intensivierung der Gespräche mit dem externen Servicemobil-Dienstleister in Leipzig**Intensivierung der Kooperationspartner*innen-Zusammenarbeit des Systemgebers**

Im Jahr 2022 folgte ein Wechsel des Buchungssystems von DB Flinkster zu cantamen, einem ebenfalls in Deutschland ansässigen Anbieter. Hierzu gab es im Vorfeld eine tiefgreifende Prüfung des Funktionsumfangs, der Zusammenarbeit und der partnerschaftlichen Weiterentwicklungsmöglichkeiten der Software.

Im neuen Carsharing-Verbund ist die Zusammenarbeit zwischen den Kooperationspartner*innen deutlich umfangreicher und wurde im Berichtszeitraum weiter intensiviert.

Aufbau neuer Beziehungen mit Werkstätten

Aufgrund von neuen Modellen in der Flotte sind neue Werkstattpartnerschaften entstanden, welche in den Gesprächen zu Beginn der Zusammenarbeit auf Arbeitsbedingungen überprüft wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele**Soziale Standards für Beschaffung von Verbrauchsmaterialien im Bereich Fuhrpark**

Bei der Beschaffung von Verbrauchsmaterialien gilt es insbesondere im Bereich Fuhrpark noch Potenziale zu heben, um neben ökologischen auch soziale Standards in den verwendeten Produkten flächendeckend zu etablieren. Dies würde zugleich den Beschaffungsaufwand bei externen Servicemobilen minimieren und ihnen eine

verlässliche Arbeitsgrundlage (inkl. Entlastung bei Vorauslagen) ermöglichen.

Prüfung von Evaluierungsmethoden zur Erfassung sozialer Risiken in der Zulieferkette

Recherche nach neuen Methoden der Evaluierung mittels Befragungen von Lieferant*innen und Dienstleistenden. Suche nach Best Practice Beispielen aus anderen Bereichen und Prüfung der Anwendbarkeit für unsere Praxis.

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Für das Unternehmen ist derzeit schwer ersichtlich, in welchem Umfang die Menschenwürde bei der Herstellung konventioneller Fahrzeuge gefährdet ist. Eine grundsätzliche Gefährdung der Menschenwürde, insbesondere bei Zuliefer*innen der Automobilindustrie außerhalb europäischer Maßstäbe, muss auch ohne Kenntnis des konkreten Umfangs prinzipiell angenommen werden. Die Carsharing-Branche selbst hat aufgrund ihres äußerst kleinen Marktvolumens kaum Einflussmöglichkeiten auf die Herstellungsprozesse der Automobilunternehmen und ihrer Zulieferfirmen. Der Einfluss beschränkt sich bislang auf die Modellwahl und damit indirekt die Wahl der Produktionsstandorte am Ende der Wertschöpfungskette.

Aufgrund der begrenzten Auswahl in Frage kommender Automobilhersteller*innen beschränkt sich das Angebot bislang auf in Europa hergestellte Fahrzeuge, sodass hohe soziale Standards für Mitarbeitende bestehen. Dagegen muss bei der Gewinnung von Rohstoffen zur Batterieherstellung, die in Elektrofahrzeugen zum Einsatz kommen, davon ausgegangen werden, dass teils menschenunwürdige Zustände in der Lieferketten bestehen.

Ein mögliches Risiko besteht im Bereich der Dienstleistenden für die Fahrzeugbetreuung (Wartung, Pflege, Reinigung) für den Fall, dass sie/ er aufgrund des Liefervolumens eine gewisse Abhängigkeit von den Aufträgen unseres Unternehmens hat. Um hier gegenzusteuern, werden im Bereich Fahrzeugpflege von vornherein nur solche Dienstleistende verpflichtet, die nachweislich auch andere Auftraggeber*innen bedienen. Zudem wurde im Berichtszeitraum die Fahrzeugbetreuung an verschiedenen Standorten in das Unternehmen integriert. Somit übernehmen an diesen Standorten nicht mehr externe Auftragnehmer*innen die Fahrzeugbetreuung, sondern Mitarbeitende des Unternehmens, sodass eine Gefährdung der Menschenwürde mit Sicherheit ausgeschlossen werden kann.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Das Unternehmen konzentriert sich bei der Auswahl auf regionale Partner*innen sowie auf Dienstleistende mit höheren Sozialstandards (KEP/ Post-Dienste). Beim Kauf von Fahrzeugen gibt es für das Unternehmen aufgrund der vergleichsweise geringen Marktmacht keinen Spielraum, die Hersteller*innen zu größeren Anstrengungen zur Verbesserung der Angestelltensituation bzw. Zulieferstandards zu drängen. In der Fahrzeugbetreuung wurden wie oben beschrieben Bereiche in das Unternehmen integriert.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind	Dieser Anteil ist hinsichtlich der Bereiche Fahrzeugeinkauf, Kraftstoffe sowie IT- und Kommunikationstechnik (inkl. Carsharing-Bordcomputertechnik) aufgrund der nicht zuverlässig zu ermittelnden Bedingungen in der Zulieferkette unbekannt bzw. kann nicht seriös beziffert werden.
Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind	Dieser Anteil ist hinsichtlich der Bereiche Fahrzeugeinkauf, Kraftstoffe sowie IT- und Kommunikationstechnik (inkl. Carsharing-Bordcomputertechnik) aufgrund der nicht zuverlässig zu ermittelnden Bedingungen in der Zulieferkette unbekannt bzw. kann nicht seriös beziffert werden. Der Anteil ethisch unbedenklicher Produkte am gesamten Einkaufsvolumen beträgt rund 0,5 % (für Printprodukte wie Schilder, Flyer etc.) sowie 0,25 % (für Büromaterialien).
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Ausbau der eigenen internen Servicemobil-Struktur in Dresden Verdopplung des Personalstammes im unternehmensinternen Servicemobil Dresden im Berichtszeitraum. Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Weimar Für die Servicemobil-Leistungen in Weimar war bis 2023 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2023 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen. Auswahl lokaler Akteur*innen für Lieferung Ökostrom Bei der Auswahl der Lieferant*innen für Ökostrom wurde bewusst auf Billiganbieter*innen verzichtet und stattdessen auf lokale Akteur*innen wie Stadtwerke gesetzt. Dies war mit entsprechend höheren Kosten verbunden. Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Jena Für die Servicemobil-Leistungen in Jena war bis 2024 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2024 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen. Intensivierung der Gespräche mit dem externen Servicemobil-Dienstleister in Leipzig Intensivierung der Gespräche mit Werkstätten
Verbesserungspotenziale/Ziele	Weitere Intensivierung der Gespräche mit Werkstätten, externen Servicemobilen und Lieferant*innen

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Grundsätzlich wird eine Kultur gepflegt, die aufgrund langfristiger Geschäftsbeziehungen – bezogen auf das Knowhow der Geschäftspartner*innen und auf die Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen – durch gegenseitiges Vertrauen geprägt ist. Das Unternehmen ist bestrebt, zum einen mit den beauftragten Dienstleistenden stets gemeinsam akzeptable Lieferbedingungen abzustimmen und Zahlungsbedingungen zu vereinbaren, die auch für die/ den Geschäftspartner*in passend sind, und zum anderen faire und marktübliche Preise zu zahlen. Gleichmaßen wirken sich gemeinwohlorientierte Unternehmensansätze bei Geschäftspartner*innen ausdrücklich positiv auf unsere Entscheidungen aus, mit ihnen Geschäftsbeziehungen zu erhalten oder zu intensivieren. Langjährige Dienstleistende und Lieferant*innen werden beispielsweise zu unseren Firmen- und Teamevents eingeladen.

Den Rahmen für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen bildet das Unternehmensleitbild, das die Grundsätze des unternehmerischen Handelns widerspiegelt. Darin steht: *"Zusammenarbeit mit Dienstleistenden und Zuliefer*innen: Eine langfristige, enge und faire Zusammenarbeit ist Grundlage für partnerschaftlichen Erfolg. Dabei respektieren wir die Kompetenz und den Einsatz unserer Partner*innen. Die Zusammenarbeit mit bestehenden Partner*innen und die Auswahl neuer Dienstleistenden und Zulieferer*innen wird nach ökonomischen Notwendigkeiten und unserem hohen Qualitätsanspruch entschieden. Ziel ist die Einhaltung von Kriterien, die über die Mindeststandards der Gemeinwohlökonomie hinausgehen."*

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Weiterhin wurden regelmäßig Gespräche zur Zufriedenheit vor allem mit Lieferant*innen geführt, mit denen eine enge und persönliche Beziehung besteht. Aufgrund der langfristigen Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Dienstleister*innen gehen wir davon aus, dass eine vergleichsweise hohe Zufriedenheit mit Preis-, Zahlungs-, Lieferungs- sowie weiteren Randbedingungen besteht. Im Unternehmen herrscht die Maßgabe, dass Zahlungen an Lieferant*innen i. d. R. kurzfristig nach Rechnungseingang erfolgen. Es ist uns wichtig (die langjährigen Geschäftsbeziehungen sprechen dafür), dass in gemeinsamen Verhandlungen mit den Partner*innen stets für beide Seiten auskömmliche Erlöse vereinbart und eingehalten werden.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Ein erster, allgemein gehaltener Ansatz ist die Beibehaltung langfristiger Geschäftsbeziehungen und damit einhergehend die regelmäßige Überprüfung dauerhaft gebundener Lieferant*innen. Mit Servicemobilen und den Dienstleistungsunternehmen für Printprodukte stehen wir nahezu in täglichem Kontakt. Bei Einzelbeschaffungen (bspw. T-Shirt- oder Stoffbeuteldruck, Cateringdienstleistungen bei Betriebsausflügen, Presseterminen u. ä.) steht die

regionale Suche (z. T. im persönlichen Umfeld) in Verbindung mit ökologischen und fairen Produktions- und Verpackungsbedingungen an erster Stelle.

Unsere Verantwortung gegenüber Lieferant*innen und Dienstleistenden nehmen wir sehr ernst und pflegen einen sensiblen Umgang mit Risiken. So achten wir sehr darauf, dass selbstständige Dienstleistende nicht nur unser Unternehmen als größten oder sogar einzigen Kunden halten. Wir sensibilisieren in solchen Fällen die Dienstleistenden in Gesprächen für die Gefahr der Scheinselbstständigkeit und drängen auf Diversifizierung des Kund*innenstammes. Bei Großbestellungen verteilen wir die Bestelllast auf mehrere Händler*innen, um die Abläufe für alle Beteiligten zu vereinfachen und zu verhindern, dass einzelne Händler überlastet werden.

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2024

22 Jahre

2023

21 Jahre

2022

20 Jahre

Mit zentral beauftragten Dienstleistenden (Rechtsberatung, Buchhaltung und Steuerberatung, Grafik und Design, Printproduktion sowie einzelnen Autohäusern und Werkstätten) gibt es Geschäftsbeziehungen seit Start unseres Unternehmens. Geschäftsbeziehungen mit einzelnen standortbezogenen Dienstleistenden sind teilweise kürzer, dennoch bestehen sie in der Regel seit Beginn des Angebots vor Ort.

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

2024

22,5 %

2023

22,5 %

2022

22,5 %

Stationsbasiertes Carsharing ist ein Geschäftsmodell, bei dem i. d. R. ein wesentlicher Anteil der Wertschöpfung bei den Lieferant*innen verbleibt. Der Wertschöpfungsanteil kann wie folgt angegeben werden:

- Lieferant*innen: 75 - 80 %

- Carsharing-Unternehmen: 20 - 25 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Nähe bei direkten Partner*innen

Werkstätten, Printdienstleistende, Steuer/ Buchhaltung, Grafikdesigner, IT-Dienste, Servicemobile

Aufrechterhaltung langjähriger Geschäftsbeziehungen

Regelmäßige Gespräche zur Zufriedenheit mit Lieferant*innen und Dienstleistenden

Einladung langjähriger Lieferant*innen und Dienstleistender zu Firmenevents

Verbesserungspotenziale/Ziele

Systematische Befragung relevanter Lieferant*innen

Eine künftige Zielstellung wäre die systematische Befragung relevanter Lieferant*innen über die operativen Gespräche hinaus und darauf aufbauend eine Überprüfung des eigenen Handelns als ein Ergebnis der Befragung.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Das Thema Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette stellt weiter nur einen untergeordneten Schwerpunkt in der Beziehung zu den Lieferant*innen dar – es ist allerdings ein inkludierter Bestandteil des Unternehmenswertekanons. Explizit sollen hier als Stichworte Offenheit, Partnerschaftlichkeit oder Langfristigkeit genannt werden, die sich bei konsequenter Einhaltung im Weiterdenken positiv auf die genannten Aspekte auswirken.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Gelebt wird ein offener Umgang miteinander und eine gegenseitig wertschätzende Partnerschaftlichkeit – zumindest dann, wenn es der/ die Geschäftspartner*in auch wünscht. Das Unternehmen selbst bringt diesen Wunsch seinen Geschäftspartner*innen ebenfalls entgegen. Mit einzelnen Geschäftspartner*innen können, wie zuvor beschrieben, auch offene Gespräche darüber geführt werden, wie sie den gegenseitigen Umgang einschätzen.

Das Unternehmen verfolgt den Anspruch, voneinander abhängige bzw. aufeinander aufbauende Dienstleistungspartner*innen miteinander ins Gespräch kommen zu lassen, wenn es für die Dienstleistenden hilfreich und sinnvoll ist. Hierbei geht es nicht nur um den fachlichen Austausch und die bilaterale Organisation i. S. interdisziplinärer Projektarbeit, sondern vor allem auch um die gemeinsame Bewältigung von Konflikten und den wertschätzenden Ausgleich trotz mitunter unterschiedlicher Interessenlagen. Beispiele hierfür sind gegenseitige Absprachen und Zuarbeiten zwischen den verschiedenen IT-Dienstleister*innen (vom Systemgeber über die Website-/ App-Programmierung bis zum Hosting-Dienstleistenden) oder zwischen Autohäusern und den Spezialist*innen für das Fahrzeugbranding.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Für eher internationale/ globale Risiken und Missstände verfolgt das Unternehmen Berichterstattungen kritisch und lässt diese in den Wertekanon einfließen (z. B. Missstände bei der Rohstoffgewinnung oder Beschäftigungsverhältnissen in einzelnen Branchen). Es muss sich hier auch auf die von den Hersteller*innen herausgegebenen Nachhaltigkeitsberichte verlassen, die diese Themen ebenfalls ansatzweise behandeln, wohlwissend dass diese vor allem öffentlichkeitswirksam verfasst sind. Sanktionen wären aufgrund der Marktpositionen aber nur dergestalt nur möglich, eine/n Hersteller*in durch eine/n andere/n Hersteller*in auszutauschen, was sehr wahrscheinlich kaum wesentliche Änderungen mit sich bringen würde. Die Alternative wäre, die Produkte insgesamt nicht mehr zu kaufen, wodurch aber die Dienstleistung nicht mehr erbracht werden könnte. Aufgrund der tatsächlichen Auswahl lokaler/ regionaler Lieferant*innen ergriff das Unternehmen mangels tatsächlicher Anlässe keine Sanktionen.

Anteil der eingekauften
Produkte und Rohwaren, die ein
Label tragen, welches

2024
0 %

Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt	2023	0 %	Der Anteil wird mit 0 % angegeben. Zwar gibt es verschiedene CSR-Zertifikate und Siegel, die auch in der Automobilbranche Anwendung finden können, diese werden jedoch nicht als Branchenstandard umgesetzt bzw. sind nicht verpflichtend. Auch im Bereich der nachgelagerten Dienstleistungen sind uns keine Unternehmen bekannt, die ein solches Label tragen oder tragen könnten. Die eingekauften Lebensmittel tragen das Fairtrade-Siegel, deren sehr geringer Anteil an den Gesamtausgaben lässt sich allerdings kaum beziffern.
	2022	0 %	
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden	2024	37,3 %	
	2023	36,6 %	
	2022	35,3 %	
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Intensivierung der Gespräche mit Werkstätten		
	Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Weimar		
	Für die Servicemobil-Leistungen in Weimar war bis 2023 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2023 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen.		
	Ausbau der eigenen internen Servicemobil-Struktur in Dresden		
	Verdopplung des Personalstammes im unternehmensinternen Servicemobil Dresden im Berichtszeitraum.		
	Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Jena		
	Für die Servicemobil-Leistungen in Jena war bis 2024 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2024 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen.		
	Intensivierung der Gespräche mit dem externen Servicemobil-Dienstleister in Leipzig		
	Aufbau neuer Beziehungen mit Werkstätten		
	Aufgrund von neuen Modellen in der Flotte sind neue Werkstattpartnerschaften entstanden, welche in den Gesprächen zu Beginn der Zusammenarbeit auf		

Arbeitsbedingungen überprüft wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weitere Intensivierung der Gespräche mit Werkstätten, externen Servicemobilen und Lieferant*innen

A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?

Gegenüber den Fahrzeughersteller*innen hat das Unternehmen quasi keinerlei Marktmacht. Gegenüber den Autohäusern und Werkstätten hat das Unternehmen aufgrund des Marktvolumens nur eine sehr eingeschränkte Marktmacht, die das Unternehmen aber in erster Linie vor teils diktierten, überhöhten Werkstatt- und Ersatzteilpreisen schützt. Bei der überwiegenden Zahl der Dienstleistenden ist das Unternehmen nur ein Geschäftspartner unter mehreren, sodass keine Marktmacht bestehen sollte. Das Unternehmen hat für vereinzelte Lieferant*innen eine größere Bedeutung, die aufgrund der eigenen Unternehmensgröße nur eingeschränkt zusätzliche Aufträge akquirieren und erfüllen. Darunter kann aber keine Marktmacht in dem Sinne verstanden werden, die Lieferant*innen zu sanktionieren oder unfaire Preis- und Lieferbedingungen diktieren zu können.

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Das Unternehmen hat keine entsprechenden Hinweise, da es keine entsprechende Marktmacht gibt und die entsprechend langjährigen Geschäftsbeziehungen auch nicht darauf hindeuten, dass die Lieferant*innen unter entsprechenden Zahlungs- und Lieferbedingungen leiden.

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Dem Unternehmen sind keine negative Berichterstattungen oder Beschwerden zur Ausnutzung einer möglichen Marktmacht bekannt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Es ergab sich hier mangels Anlass bislang kein Verbesserungsbedarf.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?

In der Produktion der Fahrzeuge werden neben verschiedenen Metallerzen vor allem Rohölprodukte eingesetzt. Die Mengen hierfür variieren zwischen Fahrzeughersteller*innen und -größen, darauf hat das Unternehmen keinen Einfluss. Auch für die notwendigen IT- und Telekommunikationsprodukte bedarf es Metallerze und Rohölprodukte in Form von Plastik. Die notwendige Energie für den Betrieb der Fahrzeuge stammt bei Verbrennerfahrzeugen weitestgehend aus fossilen Energiequellen, die punktuell um biomassebasierte Energiequellen ergänzt werden. Die Energie zum Betrieb der E-Fahrzeuge stammt aus regenerativen Energiequellen.

Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

Wesentliche Betriebsmittel für das Angebot von Carsharing sind Fahrzeuge, für die dem Unternehmen keine Informationen vorliegen, welche Energien, Materialien und Technologien zur Herstellung eingesetzt werden. Jedoch ist davon auszugehen, dass Fahrzeughersteller*innen schon aus Eigeninteresse möglichst neue und energiesparende Methoden anwenden (was auch in den jeweiligen Nachhaltigkeitsberichten dargelegt wird).

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Die Auswahl der Fahrzeuge erfolgt anhand ökologischer Kriterien, um die Umweltauswirkungen im Rahmen des im Carsharing Möglichen gering zu halten. Der Anteil von Kleinst- und Kleinwagen beträgt 59 % (Ende 2024) der Gesamtflotte, zugleich wird auf eine geringe Motorisierung in allen Fahrzeugklassen und eine klar abgegrenzte Angebotspalette der einzelnen Fahrzeugklassen geachtet, sodass nach Möglichkeit nur das Fahrzeug genutzt wird, dass aufgrund seiner Größe, Reichweite und Ausstattung auch tatsächlich gebraucht wird. Diese Beschaffungspolitik ergibt sich letztendlich aus den von den Kund*innen nachgefragten Nutzungszwecken, denn anders als bei privaten Pkw steht den Kund*innen meist ein Fahrzeug in der nachgefragten Wagenklasse und Motorisierung zur Verfügung. Der Gesamtanteil der Elektrofahrzeuge beträgt für das stationsbasierte teilAuto-Angebot mittlerweile 17,9 % (Stand Ende 2024).

Ökologische Kriterien werden grundsätzlich bei allen Einkaufsentscheidungen herangezogen, jedoch nicht allein. Neben sozialen Aspekten gelten bei Entscheidungen für Produkte und Dienstleistungen auch betriebswirtschaftliche Kriterien.

Konkrete Auswahlkriterien betreffen im Folgenden:

- Fahrzeuge: Übereinstimmung mit den für Carsharing-Flotten geltenden Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (RAL-UZ 100) und hierbei möglichst geringe Klima- und Umweltauswirkungen im Betrieb der Fahrzeuge (u. a. durch Abgleich mit VCD-Umweltliste in der jeweiligen Klasse, abgestimmt auf die im Carsharing üblichen Fahrleistungen und Nutzungsszenarien); bei gleichen Umweltwirkungen gelten ökonomische Kriterien im Sinne einer internen Gesamtkostenbilanz

(Beschaffung, Bewirtschaftung, Verkauf), Werkstattbeziehungen, Kund*innenbedürfnisse;

- Printprodukte: Umweltstandards bei Druck und Herstellung;
- Strombezug: Ökostrom/ regenerative Quellen;
- Büroausstattung: Lokalität und Beratungsangebot der Anbietenden, Langlebigkeit sowie ökologische Standards nach Auskunft der Verkaufenden;
- Verbrauchsmittel: Ökostandards (biologische Abbaubarkeit), fairer Handel.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Am bisherigen Vorgehen hat sich nichts geändert: Ökologische Risiken werden durch Allgemeinwissen, fach- und populärwissenschaftliche Veröffentlichungen in Fachartikeln, Internet-Recherchen und den gesunden Menschenverstand evaluiert. Unter Umständen hat dies Einfluss auf die Beschaffungsstrategie, wobei neben der Herkunft auch immer die ökologische Auswirkung eines Produkts in den Blick genommen wird. Ein Beispiel ist die Auseinandersetzung mit Hybridfahrzeugen (und bewusste Entscheidung gegen deren Anschaffung), die laut VCD-Umweltliste zwar sehr positive Empfehlungen für private Autokäufer*innen erhalten, im Carsharing-Betrieb aufgrund fehlender Ladeinfrastruktur sowie häufigerer Autobahn-/ Langstreckenfahrten vergleichbar schlechter als reine Verbrennerfahrzeuge abschneiden würden.

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Schädliche Umweltauswirkungen sind in erster Linie in der gesamten Herstellungskette der eingesetzten Fahrzeuge zu vermuten. Mangels angemessener Alternativen kann darauf jedenfalls gegenwärtig nicht glaubwürdig reagiert werden. Bei Klimaanlage wurde dagegen z. B. recht frühzeitig auf umweltfreundliche Kühlmittel gesetzt. Darüber hinaus setzt das Unternehmen darauf, dass die Hersteller*innen selbst die ihnen möglichen Mittel und Maßnahmen ergreifen, um die Herstellung ihrer Produkte weniger umweltschädlich zu gestalten.

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Ökologische Kriterien beim Fahrzeugkauf gelten vorrangig den möglichst geringen Klima- und Umweltwirkungen durch deren tatsächliche Nutzung, vor allem durch geringe Emissionen und geringen Kraftstoffverbrauch. Auch die Dauerhaftigkeit und Langlebigkeit der Fahrzeuge spielt aus ökologischen Kriterien eine wichtige Rolle. Hierfür werden im wirtschaftlich vertretbaren Rahmen z. T. höhere Einkaufspreise in Kauf genommen. Eine Auswahl von Fahrzeugen aufgrund konkreter Gütesiegel bzw. Umweltlabels ist derzeit nicht absehbar, da hierzu bislang keine Nachweise oder Gütesiegel bekannt sind. Für den Bereich der (Büro-)Rechentechnik und IT-Hardware kann in Zukunft eine Beschaffung aufgrund vorhandener Gütesiegel in Betracht gezogen werden (z. B. EPEAT oder EU Ecolabel), sofern dies für die vorhandene IT-Infrastruktur angeboten wird.

Im Energiebereich wird entweder auf dem Bürogebäude oder an anderen Standorten selbst erzeugter Strom sowie an den Ladesäulen der E-Carsharing-Fahrzeuge zertifizierter Ökostrom bezogen.

Bei Printprodukten wird auf Einsatz ökologischer Materialien geachtet, bspw. umweltfreundliche Papiere und Farben. Waschmittel sind mit dem Blauen Engel zertifiziert, ebenso Drucker- und Toilettenpapier. Im Bereich der Genussmittel werden vorrangig Produkte aus ökologischem Anbau (u. a. Bioland, Demeter, Naturland) und regionaler Herkunft bezogen. Für die dienstliche Mobilität gilt es zuerst den

Umweltverbund zu nutzen, bevor mit dem Pkw gefahren wird. Des Weiteren werden Küchengeräte aufgrund ihrer Herkunft (Deutschland) und ihrer Umweltbilanz (A++ bis A+++) beschafft. Energieintensive Elektrogeräte werden nach dem Potenzial ihrer Verbrauchsminimierung ausgewählt (z. B. um 75 % stromsparender Server, Rechnermonitore nach Label Energy Star).

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Umweltauswirkungen in den Zulieferketten können dort bzw. in dem Maße gemildert werden, wo und wie das Unternehmen aufgrund seiner Markt- und Verhandlungsposition Einfluss nehmen kann. Die vom Unternehmen erbrachte Dienstleistung Carsharing ist die Vermietung von Fahrzeugen, sodass der Einkauf der eingesetzten Fahrzeuge in der Zulieferkette einen wesentlichen Bestandteil ausmacht und einen hohen Rohstoff- und Ressourcenverbrauch bedeutet. Dem Unternehmen ist bewusst, hier ein unter ökologischen Aspekten negatives Produkt zu verwenden. Dem steht jedoch gegenüber, wie auch eine Vielzahl wissenschaftlicher Studien bestätigt, dass die Nutzung von Carsharing zur Reduktion des Fahrzeugbestands führt. Pro im Carsharing eingesetztem Fahrzeug werden 9,4 private Fahrzeuge ersetzt, die in der Folge einer Nichtanschaffung nicht produziert werden. Dies führt in der Gesamtbetrachtung zu einer beträchtlichen Einsparung an Rohstoffen und Ressourcen. Damit werden zwar die negativen Umweltwirkungen der eingesetzten Fahrzeuge nicht vollends beseitigt, doch führt Carsharing bei entsprechender Ausgestaltung insgesamt zu einer Verringerung der Umweltauswirkungen des Motorisierten Individualverkehrs (MIV).

Das Unternehmen unterbreitet in Einzelfällen Vorschläge für den Einsatz umweltschonender Materialien zur Fahrzeugreinigung (z. B. hochkonzentrierter Scheibenreinigerzusatz für höchste Effizienz und minimale Belastung) und berät Dienstleistende zu einem umweltschonenderen dienstlichen Verkehrsverhalten (z. B. beratende Rechtsanwält*innen zugunsten weniger Flugzeug-/ Auto-Nutzung hin zu und mehr Bus-/ Bahn-Nutzung). Dienstleistenden, die bedingt nachhaltig wirtschaften, wird bei vergleichbarer Leistungstiefe grundsätzlich der Vorzug gegeben, etwa bei der Auftragserteilung von Printprodukten.

Welche Unterschiede gibt es zu Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Nach derzeitigem Kenntnisstand bewegt sich das Unternehmen mit seiner Einkaufspolitik und den zugrundeliegenden ökologischen Kriterien auf dem Niveau von Unternehmen der Branche, die vergleichbar lange im Markt sind. Bei neuen Mitbewerber*innen im lokalen/ regionalen Umfeld fällt eine Einschätzung schwer.

**Anteil der eingekauften
Produkte/ Dienstleistungen, die
ökologisch höherwertige
Alternativen sind**

2024
58,8 %
2023
58,4 %
2022
58,3 %

**Anteil der Lieferant*innen, die
zur Reduktion ökologischer
Auswirkungen beitragen**

Im Hinblick auf die ökologischen Auswirkungen der Dienstleistung Carsharing (inkl. Fahrzeughersteller*innen u. a. Zulieferfirmen): 100 %
Ökologische Auswirkungen der Produkte und Zulieferungen für sich genommen: absolut nicht zu beziffern, relativ betragen die Auswirkungen ein Zehntel der üblichen produktimmanenten Auswirkungen (= Fahrzeugersatzquote im mittleren Verhältnis 1:7 bis 1:10)

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Erstmals E-Transporter im Fuhrpark

2024 wurden mit den Opel Vivaro e-Cargo erstmals Transporter mit Elektroantrieb in die Flotte aufgenommen.

Beschaffung von Büroausstattung nach möglichst ökologischen Kriterien

Monitore, Möbel, Küchengeräte.

Ökologische Verbrauchsmittel

Waschmittel sind mit dem Blauen Engel zertifiziert, ebenso Drucker- und Toilettenpapier.

Ökostrom-Bezug für Büros sowie E-Ladesäulen an Stationen

Umweltstandards für Printprodukte

Ökologische Materialien, bspw. umweltfreundliche Papiere und Farben.

Neuanschaffung von Küchengeräten

Beschaffung aufgrund ihrer Herkunft (Deutschland) und ihrer Umweltbilanz (A++ bis A+ ++).

50 % der Neufahrzeuge im Fuhrpark sind E-Autos

Lebensmittel aus ökologischem Ausbau

Im Bereich Genussmittel werden vorrangig Produkte aus ökologischem Anbau (u. a. Bioland, Demeter, Naturland) und regionaler Herkunft bezogen.

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Konsequente Beschaffung verbrauchsarmer Fahrzeuge nach dem Umweltzeichen (Blauer Engel)

Senkung des Anteils der Dieselfahrzeuge in der Flotte

Das Ziel aus dem Vorbericht, den Anteil der Diesel-Pkw nach Standard Euro 5 auf 0 % zu senken, wurde erreicht. Zudem konnten sogar Fahrzeuge nach Standard Euro 6d-TEMP auf unter 1 % Anteil gesenkt werden.

Senkung des Anteils von Dieselfahrzeugen im Kleinst- und Kleinwagensegment

Das Ziel aus dem vorherigen GWÖ-Bericht, den Anteil von Dieselfahrzeugen im Kleinst- und Kleinwagensegment auf 0 % zu senken, konnte erreicht werden. Auch in den Fahrzeugklassen Kompakte und Mittelklasse wurden die letzten Dieselfahrzeuge im Berichtszeitraum in die Flotte aufgenommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weitere Umsetzung der E-Mobilitätsstrategie

Die Ziele der E-Mobilitätsstrategie sollen weiterhin aktiv verfolgt werden, sowohl hinsichtlich der Fahrzeugbeschaffung als auch der Ladeinfrastruktur. Die Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (Aufwuchs beim Mindestanteil batterieelektrischer Fahrzeuge: 14 % 2028, 18 % 2029) sollen dabei einen Mindeststandard darstellen. Die Einstellung eines neuen E-Mobilitätsbeauftragten ist für Ende 2025 vorgesehen.

Vereinfachung des Ladevorganges von E-Fahrzeugen während der Buchung

Ein mittelfristiges Ziel ist die Vereinfachung des Ladevorganges während der Buchung, unabhängig von der Heimatstation des jeweiligen Fahrzeugs und kostenfrei, mit einer universell einsetzbaren Lösung. Damit soll die Nutzbarkeit von E-Fahrzeugen vereinfacht und niedrigschwelliger gestaltet werden.

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Besonders hohe (potenziell) schädliche Umweltauswirkungen haben die Prozesse zur Rohstoffgewinnung für den Fahrzeugbau (Rohölgewinnung, seltene Erden für Fahrzeugakkus, Lack- und Plastikherstellung; Kupfergewinnung etc.), die jedoch bei Beibehaltung der Dienstleistung gegenwärtig bei den auf dem Markt befindlichen Produkten in Kauf genommen werden müssen. Die Ökobilanz der Elektrofahrzeuge weist aus, dass der Herstellungsprozess deutlich umweltschädlicher als bei herkömmlichen Antrieben ist und erst durch längere Laufzeiten eine positive Bilanz im Vergleich zu verzeichnen ist. Die Herstellungsprozesse der bislang weitestgehend fossilen Kraftstoffe weisen ebenfalls eine negative Umweltwirkung auf.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Der überwiegende Einsatz von Kleinst- und Kleinfahrzeugen sowie von Fahrzeugen mit einem geringen Verbrauch ist eine der wichtigsten Maßnahmen neben dem Bestreben, Fehlanreize bei der Nutzung durch eine konterkarierende Preisgestaltung oder einen schlechten Dienstleistungszuschnitt (z. B. durch einseitig bzw. falsch gewählte Fahrzeugstandorte) zu vermeiden. Das Bestreben des Unternehmens ist es, eine angemessen hohe Auslastung der Fahrzeuge zu erzielen, um zur Befriedigung der

Kund*innenbedürfnisse möglichst wenige Fahrzeuge einsetzen zu müssen. Dies gelingt zu nahezu 100 % in allen Fällen, bei denen ein Fahrzeug nicht für die täglichen Wege (z. B. zu/ von der Arbeit) benötigt wird. Durch die Überzeugung von mehr Menschen, Carsharing zu nutzen und damit ihr gesamtes Verkehrsverhalten zu überdenken und letztendlich umweltfreundlicher zu gestalten, können private Haushalte von der Anschaffung eigener Pkw abgehalten werden bzw. zur Abschaffung eigener Pkw angeregt werden. Damit einher geht eine umweltfreundliche Änderung der alltäglichen Verkehrsmittelnutzung. Das Angebot unserer Dienstleistung mit an sich negativen Umweltauswirkungen hat somit positive Umweltwirkungen aufgrund seines hohen Vermeidungs- und Verringerungspotenzials.

**Anteil der eingekauften
Produkte/ Dienstleistungen, die
mit unverhältnismäßig hohen
Umweltauswirkungen
einhergehen**

2024

25,5 %

Die beiden Bereiche eingekaufter Produkte, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen, sind Fahrzeuge und Kraftstoffe. Hier betrug der Anteil der Ausgaben im Jahr 2024 21 % für Kraftstoffe und 30 % für Fahrzeugabschreibung und Leasing. Der angegebene Wert stellt das Mittel aus beiden Anteilen dar.

**Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt**

Senkung des Anteils der Dieselfahrzeuge in der Flotte

Das Ziel aus dem Vorbericht, den Anteil der Diesel-Pkw nach Standard Euro 5 auf 0 % zu senken, wurde erreicht. Zudem konnten sogar Fahrzeuge nach Standard Euro 6d-TEMP auf unter 1 % Anteil gesenkt werden.

Konsequente Beschaffung verbrauchsarmer Fahrzeuge nach dem Umweltzeichen (Blauer Engel)

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Senkung des Anteils von Dieselfahrzeugen im Kleinst- und Kleinwagensegment

Das Ziel aus dem vorherigen GWÖ-Bericht, den Anteil von Dieselfahrzeugen im

Kleinst- und Kleinwagensegment auf 0 % zu senken, konnte erreicht werden. Auch in den Fahrzeugklassen Kompakte und Mittelklasse wurden die letzten Dieselfahrzeuge im Berichtszeitraum in die Flotte aufgenommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele**Weitere Umsetzung der E-Mobilitätsstrategie**

Die Ziele der E-Mobilitätsstrategie sollen weiterhin aktiv verfolgt werden, sowohl hinsichtlich der Fahrzeugbeschaffung als auch der Ladeinfrastruktur. Die Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (Aufwuchs beim Mindestanteil batterieelektrischer Fahrzeuge: 14 % 2028, 18 % 2029) sollen dabei einen Mindeststandard darstellen. Die Einstellung eines neuen E-Mobilitätsbeauftragten ist für Ende 2025 vorgesehen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Allen Dienstleistenden werden die für eine erfolgreiche Erbringung der Dienstleistung notwendigen Informationen umfassend und mit dem Anspruch zur Verfügung gestellt, dass diese rechtzeitig erfolgen. Mit einer Vielzahl von Dienstleistungsunternehmen gibt es darüber hinaus eine weiterreichende Informationspolitik, bspw. werden sie als Empfänger*innen von Rundmailings und in Newsfeeds berücksichtigt, um ihnen bestimmte interne Informationen zur Verfügung zu stellen.

Mit einigen Lieferant*innen gibt es einen vergleichsweise hohen Informationsaustausch, so z. B. mit den beteiligten Werkstätten zu Reparaturzeiträumen, mit den Fahrzeughändler*innen zu Lieferzeiten, Ausstattungslinien und Produktmerkmalen, mit Servicemobilen zu Reaktionszeiten im Schadenmanagement und etwaiger Sperr-Regeln bei Fahrzeugausfällen.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Hinsichtlich der Fahrzeuge werden Ausstattungsdetails und Zulassungsdaten ggf. bei Interesse mit dem Autohaus abgestimmt.

Den Dienstleistenden im Bereich Kommunikation und IT wird aufgrund deren fachlichem Wissen und Knowhow Vorschlags- und Mitentscheidungsrecht bei der Beschaffung von Technik oder der IT-Entwicklung eingeräumt. Der Art Director (Grafiker) hat weitestgehend Mit- bzw. Entscheidungshoheit für grafische Standards im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Dem Rechtsbeistand wird ein hohes Maß an Mitbestimmung eingeräumt, ob in gewissen Konstellationen ein Fall weiterverfolgt oder lieber aufgegeben werden sollte. Der/m Fahrzeugbetreuer*in wird eine weitest gehende Mitentscheidung bei der Strategie zur Fahrzeugbetreuung gegeben. Der Buchhaltungsdienstleister hat bei der Kontierung etc. Entscheidungshoheit.

Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Die Zufriedenheit und das Vertrauen in die Informationspolitik werden allgemein anerkannt und gewürdigt. Sie sind ein Teil der langjährigen zufriedenen Zusammenarbeit, wie auch einzelne Rückmeldungen von Dienstleistenden zeigen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Mitentscheidungsrechte für Dienstleistende

- Grafikdienstleister: weitgehende Freiheit bei der Gestaltung von Webseite und App
- Dienstleister für Beklebung der Fahrzeuge: Mitspracherecht bei der Terminierung von Projekten und Aufgaben
- externen Servicemobil-Dienstleistende: eigene Kriterien zur Umsetzung der vereinbarten Leistungen
- Systemanbieter: maßgeblicher Einfluss auf alle Entwicklungen
- Rechtsbeistand: Mitbestimmung über Fallstrategien
- Buchhaltungsdienstleister: Entscheidungshoheit über Kontierung

- IT-Dienstleistende: Vorschlags- und Mitentscheidungsrechte

Einbindung von Dienstleistenden und Lieferant*innen in die interne Kommunikation

Im Zuge der Einführung von Newsfeeds zur internen Kommunikation für verschiedene Themenbereiche der Unternehmensentwicklung wurden langjährige Dienstleistende und Lieferant*innen in die Newsfeeds aufgenommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Information über Unternehmensentwicklung und interner Prozesse

Verbesserungswürdig ist weiterhin die transparente Information gegenüber allen Lieferant*innen bzgl. der eigenen Unternehmensentwicklung bzw. unternehmensinterner Prozesse; hier gibt es (abhängig von den eigenen Personalressourcen) weiterhin Potenziale, diese stärker einzubeziehen. Gegenüber einzelnen Dienstleistenden (Finanzbuchhaltung, Grafik, Buchhaltung, größere Serviceeinheiten) gelingt dies bereits gut, bei manchen externen Mitarbeitenden kommen bestimmte Informationen jedoch noch nicht rechtzeitig oder in der gewünschten Form an.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Im Unternehmensleitbild, das die Grundsätze des unternehmerischen Handelns widerspiegelt, ist die Zusammenarbeit mit den Dienstleistenden und Zuliefer*innen verbindlich geregelt. Darin ist Offenheit ein wesentlicher Wert, der verfolgt wird. Darin steht: *"Zusammenarbeit mit Dienstleistenden und Zuliefer*innen: Eine langfristige, enge und faire Zusammenarbeit ist Grundlage für partnerschaftlichen Erfolg. Dabei respektieren wir die Kompetenz und den Einsatz unserer Partner*innen. Die Zusammenarbeit mit bestehenden Partner*innen und die Auswahl neuer Dienstleistenden und Zulieferer*innen wird nach ökonomischen Notwendigkeiten und unserem hohen Qualitätsanspruch entschieden. Ziel ist die Einhaltung von Kriterien, die über die Mindeststandards der Gemeinwohlökonomie hinausgehen."*

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Der partizipative Umgang wird durch eigenes Vorleben im direkten Umgang und durch die eigenen flachen Hierarchien praktiziert, die selbstverantwortliches Handeln der Mitarbeitenden mit Lieferant*innen fördern, etwa durch wiederholte Ansätze, mit den Lieferant*innen einen offenen Umgang zu pflegen. Hierzu gehört auch ein regelmäßiger Austausch der Dienstleistenden untereinander (z. B. im Bereich IT oder Fahrzeugpflege) und eine weitestgehende Entscheidungshoheit in klar definierten Spielräumen.

Die positiven Rückmeldungen zum partizipativen Umgang aller Beteiligten seien an drei Beispielen veranschaulicht: Zulieferbetriebe wie Autohäuser, Werkstätten und Gutachter*innen schicken jedes Jahr in der Weihnachtszeit umfangreiche Geschenke

(Stollen, belegte Brötchen, Lebkuchen, kleine Weihnachtsgeschenke) als Dankeschön für die gute Zusammenarbeit. Die Herstellfirma der Zugangstechnik schickte eine handgefertigte Torte mit unserem sowie ihrem Logo aus Zuckerguss für unser Büroteam nach Leipzig. Der Gutachter lädt jedes Jahr unser gesamtes Team der Schadenzentrale zum gemeinsam Bowling ein.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Die Prüfung erfolgt durch die tagtägliche enge Zusammenarbeit. Bislang brauchte es und gab es keine Sanktionen. Die Auswahl neuer Dienstleistenden aufgrund evtl. identifizierter Missstände wurde bislang nicht notwendig.

Im Berichtszeitraum wurden Servicemobil-Strukturen in das Unternehmen internalisiert, welche zuvor durch externe Dienstleistende betrieben wurden. Aufgrund von Missständen in sozialer Hinsicht und bezüglich der Sicherheit für unsere Kund*innen gab es Unzufriedenheit mit der Dienstleistung. Hier wurde Transparenz gegenüber den Dienstleistenden gelebt und jahrelang viele ernste Gespräche geführt. Nach 10 Jahren Zusammenarbeit und leider ausgebliebener Verbesserungen trotz kontinuierlicher Gespräche, mussten wir aufgrund unserer Haltung bezüglich Mitmenschlichkeit und Qualitätssicherung die Konsequenzen daraus ziehen.

Anteil der eingekauften
Produkte und Rohwaren, die
ein Label tragen, welches
Transparenz und
Mitentscheidung berücksichtigt

Entsprechende Labels sind uns nicht bekannt.

Anteil der Lieferant*innen, mit
denen ein transparenter und
partizipativer Umgang mit
Anspruchsgruppen
thematisiert wurde bzw. die auf
dieser Basis ausgewählt
wurden

2024
100 %
2023
100 %
2022
100 %

Der Anteil beträgt 100 %. Hinsichtlich der direkten Zusammenarbeit betrifft dies unmittelbare IT-Dienstleistende, Servicemobile, Vertriebsstellen sowie Print- und Grafikdienstleistungen. Bei Lieferant*innen der Automobil- und Kraftstoffindustrie ist der Anteil nicht bekannt, wobei hier zumindest für Deutschland von ausreichend verankerten Beteiligungsgruppen, insbesondere über die Gewerkschaften ausgegangen werden kann.

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Intensivierung und Ausbau der Zusammenarbeit im cantamen-Verbund

Im Berichtszeitraum wurde die Zusammenarbeit zwischen den Kooperationspartner*innen seit 2022 deutlich umfangreicher und über die Jahre weiter intensiviert. Somit soll der Einflussbereich der beteiligten Carsharing-Unternehmen genutzt werden, um einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten.

Intensivierung der Gespräche mit dem externen Servicemobil-Dienstleister in Leipzig

Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Jena

Für die Servicemobil-Leistungen in Jena war bis 2024 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2024 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der

Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen.

Aufbau von eigener interner Servicemobil-Struktur in Weimar

Für die Servicemobil-Leistungen in Weimar war bis 2023 ein externer Dienstleistender beauftragt. 2023 wurde die Beauftragung beendet und eine eigene Struktur innerhalb des Unternehmens geschaffen. Durch die Internalisierung können die Kontrolle von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung ethischer Standards sichergestellt werden. Der direkte Einfluss ermöglicht eine kontinuierliche Überprüfung, sodass Verletzungen der Menschenwürde sowie Verstöße gegen Standards der Solidarität und Gerechtigkeit in der Wertschöpfungskette verhindert werden. Zudem sind interne Prozesse transparenter und leichter nachvollziehbar als externe Lieferketten oder Dienstleistungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Dokumentation

Die transparente Dokumentation des partizipativen Umgangs miteinander könnte Teil einer künftigen Bewertungsstrategie für den Umgang mit Lieferant*innen werden.

Berührungsgruppe B

Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden? Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?	Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
	Um eine möglichst große Unabhängigkeit von externen Finanzquellen zu erreichen und damit finanzielle Stabilität zu gewährleisten, ist es dem Unternehmen seit Gründung ein großes Anliegen, auf eine möglichst hohe Eigenkapitalquote verweisen zu können. In einem frühen Gesellschafterbeschluss von 2008 ist ein Gewinnverteilungsplan festgehalten, der die Gewinnausschüttung auf ein Drittel an die Gesellschafter im Rahmen ihrer Anteile beschränkt und die Reinvestition von zwei Dritteln des Jahresgewinns zur Eigenkapitalerhöhung regelt. Damit fließt immer ausreichend Gewinn in die Aufstockung des Eigenkapitals.
	Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?
	Für die Erhöhung des Eigenkapitalanteils ist die Reinvestition des anteiligen Jahresergebnisses maßgeblich. Nach Gewinnverteilungsplan ist zwingend festgeschrieben dass zwei Drittel des Jahresüberschusses nach Steuern dem Eigenkapital zugeführt werden.
Eigenkapitalanteil	2024 66,2 % 2023 65 % 2022 60,2 % In dieser Rechnung sind nicht verzinst Kund*innenkautionen eingerechnet, diese stärken den Eigenkapitalanteil in der unternehmenseigenen Wertschöpfung und sind anders einzustufen als Darlehensformen externer Kreditgeber*innen. Andere Darlehensformen sind nicht eingerechnet. Ohne diese Kautionen liegt der Anteil bei rund 42,4 % für 2024. In beiden Varianten ergibt sich eine Steigerung des Eigenkapitalanteils gegenüber dem vorherigen Berichtszeitraum.
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	2023 41,1 % Aus den Jahresbilanzen von vier anderen Carsharing-Organisationen von 2023, ohne Kautionen von Kund*innen.
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Erhöhung des Eigenkapitalanteils gegenüber dem vorherigen Berichtszeitraum Kontinuierliche Steigerung des Eigenkapitalanteils. Begrenzte Gewinnausschüttung zu maximal einem Drittel, Zuführung von zwei Dritteln zum Eigenkapital Gemäß Gewinnverteilungsplan. Weiterer Aufbau des Eigenkapitalstocks Vorbereitungen zum Formwechsel Im Berichtszeitraum wurden umfassende Maßnahmen zur Umwandlung in eine Genossenschaft umgesetzt, der Formwechsel erfolgte am 30.09.2025.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weitere Erhöhung des Eigenkapitalanteils

Beteiligung der Kund*innen am Unternehmen

Durch Aufnahme von Kund*innen als Genossenschaftsmitglieder können diese zukünftig mit Geschäftsanteilen direkt am Unternehmen beteiligt werden.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung**Berichtsfragen**

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Das Anlagevermögen und damit der Großteil der notwendigen Fuhrparkinvestitionen werden über das Eigenkapital sowie über Darlehen und Kautionen von Berührungsgruppen (Kund*innen, Gesellschafter) abgedeckt. Daneben stehen in kleinerem Rahmen diverse Leasinggeber*innen sowie Investitionsdarlehen der Stadt- und Kreissparkasse Leipzig und der DZ-Bank. Im Berichtszeitraum entstand die Zusammenarbeit mit der DZ-Bank, welche ein Institut der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ist, die Zentralbank für die rund 700 Genossenschaftsbanken in Deutschland, denen sie mehrheitlich gehört.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Weiterhin können konventionelle Kredite vor allem durch eine weitere Steigerung des Eigenkapitals sowie die Einbindung von Kund*innen in Form von Kautionen (unverzinst, da es sich um reine Sicherheitsleistung zur Inanspruchnahme der Dienstleistung handelt) und Nachrangdarlehen (verzinst) abgelöst werden.

Durch den Formwechsel zu einer Genossenschaft werden konventionelle Kredite durch die Beteiligung von Kund*innen als Genossenschaftsmitglieder abgelöst und damit die Unabhängigkeit von externen Finanzpartner*innen gesteigert sowie Finanzrisiken verringert.

Fremdkapitalanteil

2024

25 %

2023

21 %

2022

19,6 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2024

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Eigenkapital	8.505.386
Bankkredite	6.023.700
Kautionen/Darlehen	9.406.700
Leasing	1.395.882

2023

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Eigenkapital	6.754.365
Bankkredite	4.003.100
Kauttionen/Darlehen	7.939.800
Leasing	1.110.377

2022

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Eigenkapital	2.736.375
Bankkredite	2.337.300
Kauttionen/Darlehen	6.728.800
Leasing	930.375

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Zusammenarbeit Genossenschaft DZ-Bank

Suche nach einer Genossenschaftsbank, ab 2022 Zusammenarbeit mit der DZ-Bank. Die DZ-Bank ist ein Institut der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken, Zentralbank für die rund 700 Genossenschaftsbanken in Deutschland, denen sie mehrheitlich gehört.

Geringe Leasingquote, weiterhin hohe Eigenkapitalquote

Kund*innenbasierte Finanzierungsquellen: weitere Schritte zu Genossenschaft

Im Berichtszeitraum wurden die wichtigsten Maßnahmen zur Umwandlung in eine Genossenschaft umgesetzt, sodass der Formwechsel im Jahr 2025 vorgenommen werden konnte. Eine Auflistung aller Maßnahmen ist unter "Das Unternehmen und das Gemeinwohl" am Berichtsanfang zu finden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Beteiligung der Kund*innen am Unternehmen

Durch Aufnahme von Kund*innen als Genossenschaftsmitglieder können diese zukünftig mit Geschäftsanteilen direkt am Unternehmen beteiligt werden.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner*innen hat
das Unternehmen?
Wie sind die Finanzpartner*innen
in Bezug auf ethisch-nachhaltige
Ausrichtung zu bewerten?

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

Mit der Stadt- und Kreissparkasse Leipzig hat das Unternehmen weiterhin eine Finanzpartnerin, die für lokales und regionales Engagement bekannt ist und wirbt. Zur Fahrzeugfinanzierung werden als Leasinggeber*innen die Volkswagen-Bank sowie Alphabet, die Renault Bank und Leasys herangezogen. Mit dem Fahrzeugversicherer Badischer Gemeinde-Versicherungs-Verband (BGV) besteht eine langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit auf persönlicher Ebene. Als Träger der Betriebsrente fungieren die Frankfurter Leben-Gruppe sowie die Stuttgarter Versicherung AG. Zudem entstand im Berichtszeitraum die Zusammenarbeit mit der DZ-Bank, welche ein Institut der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ist, die Zentralbank für die rund 700 Genossenschaftsbanken in Deutschland, denen sie

mehrheitlich gehört.

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Eine Aussage, die über den regionalen Bezug hinausgeht, kann zur Stadt- und Kreissparkasse Leipzig nicht getroffen werden. Eine Beteiligung an nicht ethisch-nachhaltigen Finanzprodukten, z. B. der Vertrieb von Fonds, die in Rüstung und Kohle investieren, kann hier nicht ausgeschlossen werden, auch wenn das Unternehmen darin selbst nicht involviert ist. In jährlichen Gesprächen wurde gegenüber der Sparkasse zumindest die Vermeidung nichtethischer Anlageformen angesprochen, jedoch wurde hierzu nichts schriftlich festgehalten.

Zur ethisch-nachhaltigen Ausrichtung der Leasinggeber*innen kann keine Aussage getroffen werden. An dieser Stelle kann lediglich auf die Nachhaltigkeitsberichte und -initiativen der Mutterkonzerne verwiesen werden.

Der Fahrzeugversicherer zeichnet sich gemäß seinem gemeinwohlorientierten Firmenleitbild als familienfreundliches Unternehmen und durch eine verantwortungsbewusste Mitarbeitendenführung aus. Außergerichtliche Konfliktlösungsstrategien, regionale Verwurzelung und eine dezidierte Kund*innenorientierung bilden die Kernpunkte der Partnerschaft.

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2024

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Stadt- und Kreissparkasse Leipzig	Giro, KK, Darlehen	30.000.000
DZ Bank	Darlehen	5.000.000

2023

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Stadt- und Kreissparkasse Leipzig	Giro, KK, Darlehen	27.000.000
DZ Bank	Darlehen	5.000.000

2022

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Stadt- und Kreissparkasse Leipzig	Giro, KK, Darlehen	23.000.000
DZ Bank	Darlehen	5.000.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Zusammenarbeit Genossenschaft DZ-Bank

Suche nach einer Genossenschaftsbank, ab 2022 Zusammenarbeit mit der DZ-Bank. Die DZ-Bank ist ein Institut der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken, Zentralbank für die rund 700 Genossenschaftsbanken in

Deutschland, denen sie mehrheitlich gehört.

Verlagerung von Darlehen zur DZ-Bank

Im Berichtszeitraum wurde für Darlehen zunehmend die genossenschaftliche DZ-Bank als Finanzpartnerin herangezogen. Damit wurden die Ziele des Vorberichtszeitraumes erfüllt.

Kund*innenbasierte Finanzierungsquellen: weitere Schritte zu Genossenschaft

Im Berichtszeitraum wurden die wichtigsten Maßnahmen zur Umwandlung in eine Genossenschaft umgesetzt, sodass der Formwechsel im Jahr 2025 vorgenommen werden konnte. Eine Auflistung aller Maßnahmen ist unter "Das Unternehmen und das Gemeinwohl" am Berichtsanfang zu finden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Beteiligung der Kund*innen am Unternehmen

Durch Aufnahme von Kund*innen als Genossenschaftsmitglieder können diese zukünftig mit Geschäftsanteilen direkt am Unternehmen beteiligt werden.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

Welche notwendigen
Zukunftsausgaben konnten
ermittelt werden, und wie weit sind
ihre Deckung und zusätzliche
Risikovorsorge möglich?

Welche Ansprüche stellen die
Eigentümer*innen an ihre
Kapitalerträge mit welcher
Begründung?

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Die größte notwendige Zukunftsausgabe liegt in der dauerhaften Erneuerung des Fahrzeugbestands unter Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien. Den zweiten großen Bereich stellt der schrittweise Ausbau von Stationsnetz und Fahrzeugflotte dar, welcher sowohl nachfrageorientiert als auch vorsichtig angebotsorientiert erfolgt. Hierauf folgt der Bestandserhalt des Stationsnetzes, welcher durch den Wegfall von Stellplätzen aufgrund von Stadtumbau aus der teils sehr aufwändigen Suche nach Alternativen besteht. Eine weitere sehr wichtige Zukunftsaufgabe ist die Ausstattung von Stellplätzen mit Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge entsprechend der E-Mobilitätsstrategie des Unternehmens, inklusiver aller notwendigen Hintergrundprozesse (Abrechnung usw.).

Darüber hinaus können als wichtige Treiber und Rahmenbedingungen identifiziert werden:

- keine Übernahme durch andere oder von anderen Unternehmen; keine Akzeptanz von Venture Kapital,
- die bewusste Akzeptanz eigener Wachstumslimits durch die definierte räumliche Begrenzung,
- die bedarfsgerechte Entwicklung von Personalressourcen und Büroräumen sowie die notwendigen Investitionen in eine zukunftsfähige IT,
- die Ausweitung des Eigenkapitalanteils.

Zudem werden im Rahmen von Forschung und Entwicklung Angebote und Geschäftsprozesse weiterentwickelt, um sich ändernde Mobilitätsgrundbedürfnisse von Kund*innen befriedigen zu können.

Der Geschäftsbetrieb ist über eine ausreichende Eigenkapitaldecke gewährleistet. Die Aufnahme von Venture Kapital für eine notwendige Risikovorsorge ist für den laufenden, eher risikoarmen Betrieb nicht notwendig. Über eine Betriebsrentenvereinbarung inkl. fixer Zusatzleistung sorgt das Unternehmen gegenüber den Mitarbeitenden mit für deren Risikominimierung im Alter.

Für die Zukunftsaufgaben erfolgt jährlich eine strategische Investitionsplanung. Die Planzahlen werden im Vorjahr festgelegt und unterjährig regelmäßigem Controlling unterzogen. Grundlage für die Planzahlen bilden die Entwicklung der Kund*innenzahlen sowie die Auslastung der Fahrzeuge, sodass in der Planung auf langjährige Erfahrung und treffsichere Planumsetzung zurück geblickt werden kann. Der Umsetzungsgrad der Zukunftsaufgaben kann aus den Planzahlen und dem getätigten strategischen Aufwand abgeleitet werden.

2022

Position	Plan 2022	Ist 2022	%
Summe Kosten	-15.021.600 €	-16.105.354 €	107,2%
Summe Erlöse	15.989.740 €	19.654.599 €	122,9%
Ergebnis vor Steuern	968.140 €	3.549.244 €	366,6%

Ergebnis nach Steuern	648.654 €	3.582.265 €	552,3%
Anzahl Fahrzeuge gesamt	1.525	1.554	101,9 %
Anzahl Kund*innen gesamt	67.500	66.153	102,9 %

2023

Position	Plan 2023	Ist 2023	%
Summe Kosten	-18.814.500 €	-17.598.492 €	93,5 %
Summe Erlöse	19.200.000 €	22.594.957 €	117,7 %
Ergebnis vor Steuern	385.500 €	4.996.465 €	1296,1 %
Ergebnis nach Steuern	258.285 €	3.917.990 €	1516,9 %
Anzahl Fahrzeuge gesamt	1.685	1.708	101,4 %
Anzahl Kund*innen gesamt	75.000	76.405	102,4 %

2024

Position	Plan 2024	Ist 2024	%
Summe Kosten	-22.184.070 €	-22.971.078 €	103,5 %
Summe Erlöse	23.120.000 €	27.363.451 €	118,4 %
Ergebnis vor Steuern	935.930 €	4.392.373 €	469,3 %
Ergebnis nach Steuern	627.073 €	3.418.216 €	470,3 %
Anzahl Fahrzeuge gesamt	1.821	1.966	108,0 %
Anzahl Kund*innen gesamt	85.600	88.052	102,4 %

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Per Gesellschafterbeschluss des Unternehmensleitbilds wurde eine Eigenkapitalrendite von 7,5 % als Ziel festgesetzt. Ein weiterer Gesellschafterbeschluss legt einen Gewinnverteilungsplan fest, der die Auszahlung maximal eines Drittels des Jahresergebnisses an die Gesellschafter regelt. Im Berichtszeitraum einigten sich die Gesellschafter auf einen objektivierten Unternehmenswert, auf dessen Grundlage die Genossenschaftsumwandlung bilanziell möglich ist. Damit verbunden ist die Kontinuitätsbindung des bestehenden GmbH-Eigenkapitals sowie die Übernahme weitgehender Risiken durch eigenkapitalähnliche Verbindlichkeiten, etwa die Übernahme hoher Geschäftsanteile als Genossenschaftsmitglieder und die Zusage zusätzlicher Nachrangdarlehen. Damit soll für das Unternehmen weiterhin eine solide Kapitalbasis gelegt und im Zuge der Gewinnung neuer Mitglieder deren Risiko für eine Genossenschaftsbeteiligung auf ein Minimum gesenkt werden.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2024
2.109.005 €

2023
2.709.437 €

2022

1.393.988 €

**Gesamtbedarf
Zukunftsausgaben**

2024

8.585.997 €

2023

5.502.375 €

2022

4.518.936 €

**Getätigter strategischer
Aufwand**

2024

8.585.997 €

2023

5.502.375 €

2022

4.518.936 €

Anlagenzugänge

2024

7.190.115 €

2023

4.391.998 €

2022

3.588.561 €

Zuführung zur Rücklage

2024

1.094.000 €

2023

1.730.100 €

2022

2.235.700 €

Auszuschüttende Kapitalerträge

2024

0 €

2023

0 €

2022

945.890 €

**Auszuschüttende Kapitalerträge
in % vom Stamm- oder
Grundkapital**

2024

0 %

2023

0 %

2022

34,6 %

**Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt**

Erhöhung des Eigenkapitalanteils gegenüber dem vorherigen Berichtszeitraum
Kontinuierliche Steigerung des Eigenkapitalanteils.

Weiterer Aufbau des Eigenkapitalstocks

Einigung zur Genossenschaftsumwandlung

Im Berichtszeitraum einigten sich die Gesellschafter auf einen objektivierten Unternehmenswert, auf dessen Grundlage die Genossenschaftsumwandlung bilanziell

möglich ist. Damit verbunden ist die Kontinuitätsbindung des bestehenden GmbH-Eigenkapitals sowie die Übernahme weitgehender Risiken durch eigenkapitalähnliche Verbindlichkeiten, etwa die Übernahme hoher Geschäftsanteile als Genossenschaftsmitglieder und die Zusage zusätzlicher Nachrangdarlehen. Damit soll für das Unternehmen weiterhin eine solide Kapitalbasis gelegt und im Zuge der Gewinnung neuer Mitglieder deren Risiko für eine Genossenschaftsbeteiligung auf ein Minimum gesenkt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Einbeziehung der Berührungsgruppe Kund*innen

Noch stärkere Einbeziehung der Berührungsgruppe Kund*innen, indem sie als Genossenschaftsmitglieder aufgenommen werden können. Dadurch steht zukünftig nicht die Renditeorientierung im Vordergrund, sondern der Nutzen bei Inanspruchnahme der Dienstleistung (Mitgliedervorteile).

Unabhängigkeit und Sicherheit gegenüber Externen und Kreditgeber*innen

Durch Umwandlung in eine Genossenschaft und Beteiligung der Kund*innen als Genossenschaftsmitglieder.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfragen

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Aus welchem Grund wird/ wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Dies traf bisher nicht zu.

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Dies traf bisher nicht zu.

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Dies traf bisher nicht zu. Die genannte gesellschaftsrechtliche Beteiligung führt dazu, dass es zu prozentual zweistelligen Renditen kommen kann.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine Handlungsnotwendigkeit

Hierfür bestand keine Handlungsnotwendigkeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Handlungsnotwendigkeit

Hierfür besteht keine Handlungsnotwendigkeit.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommen?

Welche Sanierungsziele an/ in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Die eingesetzten Fahrzeuge haben lokal und global wirkende Emissionen zur Folge, die es ständig zu verringern gilt. Aus ökologischen und ökonomischen Gründen werden die Fahrzeuge i. d. R. maximal alle drei bis vier Jahre getauscht. Daher werden bei Neubeschaffungen stets die Fahrzeuge ausgewählt, die unter Verbrauchs- und Emissionsgesichtspunkten gegenüber dem Vorgängerfahrzeug besser abschneiden. Dazu gehört es, nicht nur anteilig mehr kleine Fahrzeuge, sondern auch möglichst sparsamere Fahrzeuge zu beschaffen. Die vom Unternehmen beschafften Fahrzeuge waren häufig auch auf der VCD Auto-Umweltliste (bis zur letzten Ausgabe 2020, die Liste wurde leider nicht fortgeführt) vertreten.

Der Anteil an Elektrofahrzeugen ist im Berichtszeitraum weiter angestiegen, da nicht nur die Erfordernisse des Blauen Engels, sondern auch klimapolitische Abwägungen sowie der Wunsch der Kund*innen darin bestehen, die Anzahl der Fahrzeuge mit Elektroantrieb deutlich zu erhöhen. Weiteres Verbesserungspotenzial liegt in der weiteren Umsetzung der 2021 verabschiedeten E-Mobilitätsstrategie.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Es werden sowohl Eigen- als auch Fremdkapitalvolumina zur ökologischen Sanierung bei der Mittelverwendung genutzt, vor allem zur kontinuierlichen Erneuerung des Fuhrparks. Mittel aus Förderprogrammen des Bundes und der Länder werden aufgrund deutlich höherer Kosten zur Beschaffung von Elektrofahrzeugen und von Ladeinfrastruktur weiterhin beantragt und teilweise auch bezogen.

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Das Unternehmensleitbild schreibt die Investitionspolitik insbesondere anhand ökologischer Kriterien vor (z. B. mit der konkreten Vorgabe des Blauen Engels als Kriterium sowie eine Ausrichtung der Investitionspolitik allgemein und insbesondere bei der Vergabe von Bauleistungen nach entsprechenden Maßstäben).

Dies gilt sowohl für die Beschaffung von Fahrzeugen als auch für jegliche anderen Investitionsgüter.

Welche Sanierungen wurden/ werden konkret vorgenommen?

Der Anteil von E-Fahrzeugen konnte von knapp 5 % im Jahr 2021 (vorheriger Berichtszeitraum) auf 17,9 % im Jahr 2024 gesteigert werden. Die Ladeinfrastruktur an den Stationen wurde ebenfalls weiter ausgebaut. Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Das gesetzte Ziel von 30 % E-Fahrzeugen bis 2024 in der Flotte konnte nicht erreicht werden, aufgrund von mangelnden Stellflächen, fehlenden Netzanschlüssen, zu spät erbrachten Planungsleistungen und Zuarbeiten der Netzbetreibenden, verfügbaren Baukapazitäten, langsam arbeitenden Stadtwerken sowie kaum bezahlbaren Elektrifizierungsangeboten und fehlender Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen. Zum Zeitpunkt der Zielsetzung war noch davon auszugehen, dass die

überregionalen Möglichkeiten und der Anteil von kleinen und bezahlbaren E-Fahrzeugen auf dem Fahrzeugmarkt sich deutlich erhöhen werden. Dies ist leider nicht eingetreten, dennoch konnte der Anteil in der Flotte erhöht werden und liegt deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Die Flottenzusammensetzung wird fortlaufend verbessert. Der Anteil der Diesel-Pkw nach Standard Euro 5 konnte auf 0 % gesenkt werden. Somit wurde eines der Ziele des vorherigen GWÖ-Berichtes erreicht. Zudem konnten sogar Fahrzeuge nach Standard Euro 6d-TEMP auf unter 1 % Anteil gesenkt werden.

Der Anteil von Dieselfahrzeugen im Kleinst- und Kleinwagensegment konnte auf 0 % gesenkt werden. Auch dies war ein Ziel des vorhergehenden GWÖ-Berichtes. Aktuelles Sanierungsziel ist die Senkung des Diesel-Anteils in den Fahrzeugklassen Kompakte und Mittelklasse. Hier wurden die letzten Kompaktfahrzeuge mit Dieselmotor im Jahr 2022 und die letzten Mittelklassewagen im Jahr 2023 in die Flotte aufgenommen. Der Anteil mildhybrider Benzinfahrzeuge konnte erhöht werden.

Alle neu beschafften Fahrzeuge erfüllen den ökologischen Sanierungsbedarf im Unternehmen insofern, als sie strengeren Abgasnormen als die Vorgängerfahrzeuge unterliegen und den Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel, der sowohl für die Angebotsgestaltung von Carsharing als umweltschonende Verkehrsdienstleistung als auch den Betrieb schadstoffarmer Fahrzeuge erteilt wird, für die Zukunft genügen müssen.

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2024

Geplante Investition	Betrag (in €)
Ökologischer Sanierungsbedarf	8.585.997

2023

Geplante Investition	Betrag (in €)
Ökologischer Sanierungsbedarf	5.502.375

2022

Geplante Investition	Betrag (in €)
Ökologischer Sanierungsbedarf	4.518.936

Realisierung der ökologischen Sanierung

2024

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
Realisierung der ökologischen Sanierung	8.585.997	100

2023

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
Realisierung der ökologischen Sanierung	5.502.375	100

2022

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
Realisierung der ökologischen Sanierung	4.518.936	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Weitere Verbesserung der Flotte

Im Berichtszeitraum wurde weiterhin eine Beschaffungspolitik gemäß den für Carsharing-Flotten geltenden Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (RAL-UZ 100) betrieben. Die ökologischen Kriterien beim Fahrzeugkauf betreffen: geringer Kraftstoffverbrauch, Langlebigkeit, hoher Anteil von Kleinst- und Kleinwagen, geringe Motorisierung in allen Fahrzeugklassen, CO₂-arme Motoren- und Abgastechnik, strengere Abgasnormen als die Vorgängerfahrzeuge.

Senkung des Anteils der Dieselfahrzeuge in der Flotte

Das Ziel aus dem Vorbericht, den Anteil der Diesel-Pkw nach Standard Euro 5 auf 0 % zu senken, wurde erreicht. Zudem konnten sogar Fahrzeuge nach Standard Euro 6d-TEMP auf unter 1 % Anteil gesenkt werden.

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Senkung des Anteils von Dieselfahrzeugen im Kleinst- und Kleinwagensegment

Das Ziel aus dem vorherigen GWÖ-Bericht, den Anteil von Dieselfahrzeugen im Kleinst- und Kleinwagensegment auf 0 % zu senken, konnte erreicht werden. Auch in den Fahrzeugklassen Kompakte und Mittelklasse wurden die letzten Dieselfahrzeuge im Berichtszeitraum in die Flotte aufgenommen.

CO₂-Kompensation

Freiwillige CO₂-Kompensation über die DKV-Tankkarte. Jedes Mal, wenn Kund*innen

die Tankkarte DKV Card CLIMATE benutzen, fließt ein CO₂-Aufschlag an myclimate Deutschland und von dort direkt in zertifizierte Klimaschutzprojekte überall auf der Welt, in denen CO₂ in dem Umfang kompensiert wird, wie durch die Verbrennung der getankten Menge Kraftstoff entsteht. Damit lassen sich Mobilität, Umweltschutz und aktive Verantwortung einfach und nachhaltig verbinden. Weil wir dem Gemeinwohl verpflichtet sind, legen wir die daraus entstehenden Mehrkosten nicht einfach auf den Mietpreis für die Fahrzeuge – und damit auf die Kund*innen – um, sondern übernehmen die Kosten für mehr Klimafreundlichkeit selbst.

Die freiwilligen Ausgaben beliefen sich im Berichtszeitraum auf:

2022: 37.217,30 €

2023: 46.606,38 €

2024: 70.503,88 € (jeweils netto).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weitere Umsetzung der E-Mobilitätsstrategie

Die Ziele der E-Mobilitätsstrategie sollen weiterhin aktiv verfolgt werden, sowohl hinsichtlich der Fahrzeugbeschaffung als auch der Ladeinfrastruktur. Die Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (Aufwuchs beim Mindestanteil batterieelektrischer Fahrzeuge: 14 % 2028, 18 % 2029) sollen dabei einen Mindeststandard darstellen. Die Einstellung eines neuen E-Mobilitätsbeauftragten ist für Ende 2025 vorgesehen.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

2020 wurde der Gemeinschaftshaus Karli 34 GmbH ein Darlehen i. H. v. 970 TEUR gewährt, welches während des Berichtszeitraumes dieses Berichtes weiterhin lief. Hierbei handelt es sich um ein hundertprozentiges Tochterunternehmen mit der Zielstellung, Startkapital für die Projektierung eines Gemeinschaftshauses auf einem GmbH-eigenen Grundstück zur Verfügung zu stellen und nach Fertigstellung lokalen Initiativen/ Vereinen/ Gewerken mit einem Schwerpunkt in sozialen bzw. ökologischen Tätigkeitsfeldern eine langfristige und bezahlbare Perspektive zu geben.

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Als zukünftige Mieter*innen wurden verschiedene Akteure ermittelt, zu denen z. T. schon langjährige Verbindungen bestehen. Insbesondere zählen hierzu etablierte Vereine oder Einzelunternehmen, mit denen auf zahlreiche Kooperationserfahrungen im lokalen Umfeld gebaut werden kann.

Finanzierte Projekte

Das Darlehen in Höhe von 970 TEUR wurde 2020 gewährt und lief über den Berichtszeitraum weiterhin.

Fonds-Veranlagungen

Keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Solidarische Finanzierung eines sozial-ökologischen Projektes

Mit Gründung der Gemeinschaftshaus Karli 34 GmbH wurde eine branchennahe gemeinwohlorientierte Finanzierungsform für eine Immobiliennutzung durch ökologische Unternehmen und Vereine geschaffen und im Berichtszeitraum weiterhin finanziell unterstützt.

Verbesserungspotenziale/Ziele**Fokus auf Genossenschaftsaufbau**

Weitere Engagements können grundsätzlich geprüft werden. Der Fokus in den kommenden Jahren wird auf dem Aufbau der Genossenschaft und der nachhaltigen Etablierung genossenschaftlicher Strukturen liegen.

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Das Unternehmen ist zur Verringerung des Fahrzeugbestands in der Gesellschaft auf den Einsatz von Fahrzeugen angewiesen, hat aber selbst keinen Einfluss darauf, wie ökologisch bedenklich das Produkt selbst ist. Wie beschrieben, werden jedoch bei der Beschaffung ökologische Kriterien herangezogen. Dies betrifft vorrangig die Auswahl von Fahrzeugen (Raumnutzen, Gewichtsklasse, Größe, Herstellfirma) nach ihrer Nutzungswirkung (Verbrauch von Erdölprodukten).

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?

Aufgrund des Geschäftszwecks werden entsprechende Abhängigkeiten immer bestehen, die ökologischen Risiken der Produkte können allerdings aufgrund ökologischer Beschaffungskriterien vermindert werden. Als Verbesserungsstrategien können benannt werden:

- Auslastungserhöhung,
- verbrauchsarme Fahrzeuge,
- Änderung des Antriebsstrangs,
- Kooperationen mit Verkehrsträgern des Umweltverbundes zum Aufzeigen der Alternativen zum eigenen Auto.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Ein kompletter Ausstieg aus fossilen Energieträgern wäre nur mit einem vollständigen Austausch des Antriebsstrangs, d. h. einer kompletten Umstellung auf Elektro- oder Wasserstofffahrzeuge möglich, sofern diese ausschließlich mit Strom oder Wasserstoff aus regenerativen Energiequellen betrieben werden. Weitere Umweltwirkungen müssen hierbei an anderen Stellen, vor allem in Bezug auf den Rohstoffabbau sowie die Entsorgungsproblematik genauer in Betracht gezogen werden. Ein Umbau kann hier nur schrittweise erfolgen, langfristig ist mit entsprechenden externen Bedingungen (Ausbau der Ladeinfrastruktur, durchgängige Abrechnungsmöglichkeiten für Strom) ein vollständiger Umstieg möglich. Der kurz- bis mittelfristige Fokus liegt im Bereich E-Mobilität auf den Fahrzeugklassen, die dafür besonders prädestiniert sind (bspw. Kleinst- und Kleinwagen sowie Lieferfahrzeuge).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Autoersatzungsquote im Bediengebiet auf 9,4 erhöht

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf

Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ausbau der Dienstleistung, Erhöhung der Autoersatzungsquote

Weitere Erneuerung des Fuhrparks gemäß der Vorgaben des Umweltzeichens Blauer Engel

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Die Gesellschafterstruktur bestand bis zum Formwechseln im Jahr 2025 aus drei ehemaligen Vorständen des Carsharing-Vereins teilAuto Halle (Saale) e. V., aus dem das Unternehmen gegründet wurde, sowie den beiden Geschäftsführern. Rechte, Pflichten und Haftungen sind gesetzlich geregelt. Es gibt keine Sonderregelungen oder Pflichten, bspw. Nachschusspflichten. Die Anteile schwanken zwischen 5 % und 25 %.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Als ideale Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung wurde die Genossenschaftsform gefunden. Im Berichtszeitraum wurden alle nötigen Maßnahmen zur Vorbereitung der Umwandlung umgesetzt, sodass der Formwechsel 2025 erfolgte. Mitarbeitende können dann (freiwillig) Genossenschaftsmitglieder werden und haben so die Möglichkeit, sich mit frei wählbaren Genossenschaftsanteilen am Unternehmen zu beteiligen und demokratisch zu partizipieren.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie werden neue Eigentümer*innen auf diese Aufgaben vorbereitet?

In regelmäßig stattfindenden Gesellschaftersitzungen wurden aktuelle und strategische Entwicklungen offen und transparent von den Geschäftsführern vorgetragen und mit den übrigen Gesellschaftern diskutiert.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Durch die Umwandlung in eine Genossenschaft wird die Eigentümer*innenstruktur deutlich erweitert. Laut Genossenschaftsgesetz hat jedes Genossenschaftsmitglied eine Stimme, unabhängig von der Anzahl der Genossenschaftsanteile. Es ist angedacht, dass nach Beschluss durch die Mitglieder Beiräte einberufen werden können.

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Im Berichtszeitraum hat sich die Gesellschafterstruktur nicht geändert. Mit Umwandlung in eine Genossenschaft durch einen Formwechsel, der am 30.09.2025 vollzogen wurde, hat sich die Eigentümer*innenstruktur maßgeblich verändern.

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2024

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	64,1
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	35,9
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	0
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0

Summe	100
-------	-----

2023

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	63,8
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	36,2
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	0
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

2022

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	52,8
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	47,2
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	0
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Willensbildung zur Umwandlung in eine Genossenschaft

Regelmäßige Willensbildung auf Gesellschafterebene in Vorbereitung auf den zu treffenden und notariell zu beurkundenden Formwechselbeschluss. Fortlaufende Auseinandersetzung mit dem Projektfortschritt in Gesellschafterversammlungen (Satzungsentwurf, Höhe Geschäftsanteil, künftige Mitgliedervorteile).

Kontaktaufnahme mit genossenschaftlichen Beratungsverbänden

Genoverband e. V., Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e. V., Prüfungsverband der kleinen und mittelständischen Genossenschaften e. V.

Beitritt in den Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e. V.

Konzeption des Formwechselvorhabens mit anwaltlicher Unterstützung

Persönlicher Austausch mit zwei Carsharing-Genossenschaften

StattAuto eG und teilAuto Neckar-Alb eG. Austausch z. T. mit Beteiligung der Gesellschafter.

Auftaktworkshop mit innova eG im März 2023

mit Gesellschaftern, Mitarbeitenden, Kund*innen, Geschäftsführung. Die innova eG ist eine Beratungs-, Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft zur Beratung bei Genossenschaftsgründung.

Budgetbereitstellung für das Projekt des Formwechsels

170.000 € pro Jahr für zwei Jahre ab 2024.

Start des Projektes, Bestellung eines Projektleiters, Schaffung einer Projektstelle ab 2024

Entwicklung eines Satzungsentwurfes für die Genossenschaft

Suche nach einer Genossenschaftsbank, Zusammenarbeit mit der DZ-Bank

(Institut der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken, Zentralbank für die rund 700 Genossenschaftsbanken in Deutschland, denen sie mehrheitlich gehört), Darlehen i. H. v. je 5 Mio. € in allen drei Jahren des Berichtszeitraums.

Erstellung eines Wirtschaftsplans

Unter Berücksichtigung genossenschaftlicher Besonderheiten (Mitgliedervorteile, Prüfungsaufgaben, IT-Anforderungen).

Information der Kund*innen und der Öffentlichkeit über die Gründe und Fortschritte auf dem Weg zur Genossenschaft

In unserem [Newsletter](#).

Vorbereitungen zur technischen Umsetzung der Mitgliederaufnahme und -verwaltung

Frühzeitige Kontaktaufnahme mit entsprechenden Dienstleistenden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur durch Umwandlung in eine Genossenschaft

Der Formwechsel wurde mit Eintragung in das Genossenschaftsregister am 30.9.2025 erfolgreich vollzogen.

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Eine feindliche Übernahme ist weder gewollt noch absehbar oder wahrscheinlich.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Dies ist im Gesellschaftervertrag geregelt. Mit Umwandlung in eine Genossenschaft wird die Gefahr feindlicher Übernahmen minimiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Hierfür bestand kein Anlass.

Verbesserungspotenziale/Ziele **Kein Anlass**

Hierfür besteht kein Anlass.

Berührungsgruppe C

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Im Unternehmensleitbild wurde als angestrebtes Ziel eine Unternehmenskultur mit kooperativem Führungsstil, vertrauensvoller Kommunikation und dauerhaften Arbeitsplätzen mit fairer Bezahlung festgeschrieben. In Abhängigkeit betrieblicher Möglichkeiten werden flexible Arbeitszeitmodelle ermöglicht, bspw. in Form von Teilzeitmodellen. Fachbereichsbezogen erfolgt die Arbeitszeiteinteilung weitestgehend selbstorganisiert.

Im Unternehmen wird die Politik der offenen Bürotür praktiziert – prinzipiell sind jederzeit und für jedermann Zutritt und damit Fragen etc. gegenüber den Geschäftsführern möglich. Zudem wurde im Berichtszeitraum eine standardisierte Dokumentation von Prozessen und Arbeitsabläufen initiiert, um die Transparenz der Prozesse für alle Mitarbeitenden zu erhöhen und Mitsprache zu ermöglichen.

Im Berichtszeitraum wurden eine grundlegende Umstrukturierung der Mitbestimmung vorgenommen und neue Entscheidungsprozesse eingeführt. Diese Maßnahmen sind unter "kontinuierliche Entwicklung" aufgeführt und beschrieben. Hierdurch können Mitarbeitende in allen relevanten Bereichen Entscheidungen herbeiführen und an ihnen mitwirken.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Konflikte werden angesprochen und i. d. R. vorurteilsfrei diskutiert. Fehler werden offen besprochen – sowohl in regelmäßigen Personalgesprächen als auch innerhalb der Fachbereiche/ Führungsebenen und bei größerer Tragweite mit übergeordneter Führungsebene. Ein System der Bestrafung/ Disziplinierung oder auch betrieblich-sozialen Kontrolle besteht nicht.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Im Unternehmensleitbild wurde die Übertragung von Verantwortung festgehalten: der Handlungsrahmen hierfür sind klare, transparent gestaltete Organisationsanweisungen. Die Mitarbeitenden arbeiten im Rahmen der Fachbereiche und bei Ausübung ihrer Tätigkeiten weitgehend selbstorganisiert und eigenverantwortlich.

Aufgrund der flachen Hierarchie und der Unternehmensgröße gibt es eine beschränkte Zahl von Organisationseinheiten: Es gibt zwei fachlich getrennte Fachbereiche für Kund*innen- und Fuhrparkbetreuung, die sich entsprechend der Aufgaben selbst organisieren sowie die vergleichsweise eigenständigen Abteilungen IT, Presse/ Öffentlichkeitsarbeit und Stadt-/ Regionalleitungen, z. T. mit eigenen Teams in der Fahrzeugbetreuung (bspw. Dresden, Weimar, Jena).

Die jeweils übergeordnete Führungsebene steht bei Rückfragen zu einem Sachverhalt, außergewöhnlichen Problemen i. d. R. zur Verfügung und erteilt Ratschläge bzw. gibt Vorschläge zu Lösungen. Darüber hinaus haben die Geschäftsführer die Handlungsrichtlinien-Kompetenz und in Streitfragen die letzte Entscheidungshoheit. Im Rahmen der jeweiligen Aufgabenbereiche bestehen klar definierte Rechnungsfreizeichnungsgrenzen.

Fluktuationsrate	2024	7,32 %					
	2023	17,14 %					
	2022	6 %					
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	2024	5,2 Jahre					
	2023	5,63 Jahre					
	2022	5,8 Jahre					
Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen	2024	300					
	2023	150					
	2022	80					
Anzahl an Initiativbewerbungen	2024	30					
	2023	24					
	2022	12					
Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur	2024	1					
	2023	1					
	2022	1					
Es wird einmal jährlich ein Mitarbeitendengespräch geführt, in dem explizit die Zufriedenheit am Arbeitsplatz und im Unternehmen thematisiert wird. Eine gesonderte Erhebung unter Mitarbeitenden in Form einer standardisierten Befragung wurde erstmals im November 2021 durchgeführt.							
Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur	2024	Jährlich					
	2023	Jährlich					
	2022	Jährlich					
Es wird einmal jährlich ein Mitarbeitendengespräch geführt, in dem explizit die Zufriedenheit am Arbeitsplatz und im Unternehmen thematisiert wird. Eine gesonderte Erhebung unter Mitarbeitenden in Form einer standardisierten Befragung wurde erstmals im November 2021 durchgeführt.							
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene	2024						
		<table><tr><th>Entwicklungsangebot</th><th>Mitarbeitende bzw. Führungsebene</th><th>Stunden pro Mitarbeitenden</th></tr><tr><td>Sicherheitsworkshop zur Ladungssicherung in</td><td>25</td><td>11</td></tr></table>	Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden	Sicherheitsworkshop zur Ladungssicherung in	25
Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden					
Sicherheitsworkshop zur Ladungssicherung in	25	11					

Fahrzeugen		
Datenschutzschulung	28	3
Externe Beratung zur Konfliktlösung eines Teams	3	6

2023

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Kommunikationskongress	PR-Abteilung	17
Fahrsicherheitstraining	25	7
Workshop Genossenschaftsgründung	5	6
Fortbildung Brandschutzhelfer	6	7
Führungskräfteseminar	5	21
Weiterbildung Prozessmanagement	1	50

2022

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Schulung Hochvolt-Seminar für Servicemobil	6	4

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Durchführung eines Barcamps 2024

Mit der Methode eines Barcamps unter breiter Beteiligung wurden Probleme identifiziert und Lösungsansätze gefunden, die anschließend Umsetzung fanden.

Erweiterung des Angebotes für fachliche Entwicklungsmöglichkeiten

Weiterbildung Prozessmanagement, Führungskräfte-seminare, Externe Beratung, Workshop Genossenschaftsgründung, Kommunikationskongress, Schulungen Brandschutz, Fahrsicherheit, Hochvolt, Ladungssicherung, Datenschutz.

Einführung einer Prozessdokumentation

Initiierung einer standardisierten Dokumentation von Prozessen und Arbeitsabläufen, um die Transparenz der Prozesse für alle Mitarbeitenden zu erhöhen und Mitsprache zu ermöglichen. Benennung eines Beauftragten zur Prozessdokumentation.

Einführung einer neuen Beteiligungsstruktur

Die neu eingeführte Beteiligungsstruktur (siehe Punkt C4.3) ermöglicht mehr Transparenz und effektiveren Informationsfluss zwischen den Fachbereichen sowie für jeden einzelnen Mitarbeitenden. Durch die Struktur kann der Informationsfluss in beide Richtungen erfolgen. Die innerbetriebliche Transparenz wurde dadurch gesteigert.

Neustrukturierung von Fachbereichen

Fachbereiche wurden mit jeweils neuen Leitungspositionen neu strukturiert, die gleichberechtigt als Leitungsebene etabliert wurden.

Einführung von Fachbereichstreffen

Regelmäßige Fachbereichstreffen wurden eingeführt, um die Information und Mitsprache aller Mitarbeitenden niedrigschwellig zu ermöglichen. Auf den Treffen werden Themen selbstorganisiert gesetzt und bearbeitet. Die Fachbereichsleitungen geben Anregungen und Vorschläge weiter und sorgen für Informationsfluss, zusätzlich zu zentral kommunizierten Informationen über Newsfeeds an alle Mitarbeitenden.

Einführung eines Newsfeeds

Im Berichtszeitraum wurde ein Newsfeed für alle Mitarbeitenden eingerichtet. In unterschiedlichen Feeds werden themenbezogen Neuigkeiten und Veränderungen kommuniziert. Themenbereiche sind beispielsweise: Fuhrpark, Kund*innenbetreuung, Lokale Themen, Öffentlichkeitsarbeit, Geschäftsführung. Zudem gibt es einen Newsfeed für die Beschlüsse des neu strukturierten Fach- und Führungskräftekreises. So können Mitarbeitende aus allen Bereichen und Standorten alle Entwicklungen unkompliziert verfolgen.

Die Einführung dieses Newsfeeds war ein Ziel aus dem letzten GWÖ-Bericht.

Einführung eines fachbereichsübergreifenden Austauschs

Als neue Methode des fachbereichsübergreifenden Austauschs wurde ein "Teamtag" etabliert. Jede*r interessierte Mitarbeitende hat die Möglichkeit, für einen Tag in einen anderen Fachbereich zu gehen und dort die Abläufe kennenzulernen. Diese Maßnahme stellt ein weiteres Ergebnis aus dem Barcamp 2024 dar.

Veränderung der Zusammensetzung des Fach- und Führungskräftekreises

Breitere Beteiligung aller Fachbereiche, rotierende Delegierte der Stadtbüroleitenden, Berichte aus allen Fachbereichen auf jeder Sitzung.

Einführung von Arbeitsgruppen

Alle Mitarbeitenden können die Gründung von Arbeitsgruppen initiieren sowie in ihnen mitwirken.

Aktualisierung des Organigramms

Stärkere Berücksichtigung von Verantwortungsbereichen auf horizontaler Ebene.

Einführung einer neuen Organisationsanweisung für Beteiligungsstrukturen

Diversifizierung der Beteiligungsmöglichkeiten von Mitarbeitenden sowie Stärkung der fachbereichsübergreifenden Zusammenarbeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Regelmäßige standardisierte Mitarbeitendenbefragungen

Angebot von Weiterbildungsmaßnahmen

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Es gibt im Unternehmen einen Arbeitsschutzbeauftragten inkl. Workshops zur

werden sie evaluiert?

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Belehrung im Bereich Arbeitsschutz. Unter ergonomischen Gesichtspunkten wurden weitere besonders gestaltete Arbeitsplätze eingerichtet, u. a. im Hinblick auf Lichteinstrahlung (Bsp.: neue Lampen für alle Arbeitsplätze, die bessere Ausleuchtung ermöglichen), Ausrichtung der Arbeitsplätze im Raum, die Einrichtung mit Pflanzen etc. Bei Einzug in das Leipziger Büro wurde hierfür eine geschulte Fachkraft für ergonomische Planung von Arbeitsplätzen beauftragt. Beratung wird überdies eingeholt zur Auswahl der Büromöbel (z. B. rückschonende Bürodrehstühle, Auswahl von höhenverstellbaren Tischen und Deckenlampen). Im Berichtszeitraum wurde eine neue Etage im Haus des Firmensitzes bezogen, im Zuge der Einrichtung wurden neue Schallschutzwände sowie weitere Akustik-Elemente zu Schallminimierung angeschafft. Es wird evaluiert, ob diese Maßnahmen und Elemente so wirkungsvoll sind, dass sie auch in den zuvor bestehenden Arbeitsräumen installiert werden sollen. Gearbeitet wird mit TCO-zertifizierten Monitoren (vorrangig Auswahl von Monitoren der Klasse II nach DIN EN ISO 13406) mit sehr hoher Pixeldichte. Zwei zentrale Druckerstandorte und ein Scannerstandort fordern die Mitarbeitenden zu regelmäßiger Bewegung heraus.

Die Mitarbeitenden werden angehalten, auch aus Gesundheitsgründen Fahrrad zu fahren (hierfür wurden am Büro Leipzig Fahrradbügel installiert und eine Fahrradpumpe zur Verfügung gestellt) sowie den ÖPNV zu nutzen (mittels Anreizen durch Jobticket-Angebot), um das tägliche Sitzen im Auto zu vermeiden.

Im Rahmen der strukturierten Einführung zum Thema Arbeitsschutz im Büro wurden im Berichtszeitraum vor allem verpflichtende Schulungsangebote angeboten und wahrgenommen, die zentral dem Erhalt der Arbeitssicherheit dienen. Dazu zählen insbesondere die jährlich durchgeführten Dekra-Schulungen, welche Inhalte wie Bildschirmarbeitsplatzergonomie, Erstunterweisungen zum Arbeitsschutz sowie Brandschutzunterweisungen abdecken. Diese Schulungen wurden von allen Büro-Mitarbeitenden wahrgenommen und umfassten durchschnittlich ca. 1,5 Stunden pro Person und Jahr. Als Teil der Arbeitsschutzschulung wurden Kurseinheiten zur ergonomischen Einstellung von Tischhöhe, Bürostuhl, Bildschirm, Maus, Tastatur etc. absolviert. Zusätzlich gab es Übungen zur Lockerung und Dehnung der Muskulatur sowie Entlastung der Augen.

Weiterhin wurde im Jahr 2024 die technische Sicherheitseinweisung und das Verhalten im Fahrbetrieb für alle Mitarbeitenden, welche dienstlich ein Fahrzeug nutzen bzw. nutzen könnten, eingeführt. Die Schulung umfasste etwa eine Stunde pro teilnehmendem Mitarbeitenden.

Das Thema Arbeitsschutz wird auch in den kommenden Jahren weiter strukturiert verfolgt und ausgebaut. Ziel ist es, über die bestehenden Pflichtunterweisungen hinaus zusätzliche, bedarfsorientierte Maßnahmen anzubieten, um die Sensibilisierung und das Sicherheitsbewusstsein aller Mitarbeitenden (insbesondere im Fuhrpark- und Bürobereich) weiter zu stärken.

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Es handelt sich bei den meisten Mitarbeitenden weitestgehend um eine Bürotätigkeit, mit der langes Sitzen und Arbeiten am PC verbunden ist, vereinzelt werden Autofahrten notwendig. Damit verbunden sind Herausforderungen für die entsprechende Muskulatur und Wirbelsäule/ Rückenbereiche, dem durch weitgehend ergonomisch eingerichtete Arbeitsplätze und höhenverstellbare Schreibtische begegnet wurde, sowie der geschaffenen Notwendigkeit zu regelmäßiger Bewegung (Druckerstandorte).

Des Weiteren bestehen Herausforderungen für Augen (Monitorarbeit) und Gehör (durch Mehrpersonenbüros und Geräuschpegel). Gegen die Belastung der Augen sollen entsprechende Monitore und die Gestaltung/ Anordnung der Arbeitsplätze sowie die Aufforderung regelmäßiger Pausen wirken. Zur Geräuschdämpfung wurden schallschluckende Trennwände zwischen den Schreibtischen sowie Grünpflanzen in allen Büros platziert.

Die Herausforderungen im Bereich Servicemobile bestehen mehrheitlich in den Bereichen Straßenverkehr und Witterung. Die Mitarbeitenden bewegen sich in ihrer gesamten Arbeitszeit mit einem Auto, Lastenfahrzeug oder zu Fuß durch den Straßenverkehr und nehmen sowohl aktiv als auch passiv am Straßenverkehr teil. Passiv, indem sie während der Tätigkeiten an den Fahrzeugen an viel befahrenen Straßen und Radwegen agieren. Zudem arbeiten sie bei nahezu jeder Witterung im Freien, hier stellen insbesondere Kälte, Nässe, Hitze und Sturm gesundheitliche Herausforderungen dar.

Hierfür werden Arbeitsschutzmaßnahmen ergriffen, um die Sichtbarkeit im Straßenverkehr und den Witterungsschutz zu erhöhen. Die Mitarbeitenden werden angehalten, eine Warnweste während ihrer Arbeit zu tragen, insbesondere an Gefahrenstellen. Alle Fahrzeuge und Lastenräder sind UVV geprüft. Für den Hitzeschutz werden Wasser und Sonnencreme zur Verfügung gestellt, zudem können die Mitarbeitenden ihre Arbeitszeiten in Hitzeperioden verkürzen und auf weniger heiße Tage verschieben. Alle Mitarbeitende sind mit einer Grundausstattung an Arbeitsbekleidung ausgestattet, hierzu gehören Arbeitsschutzschuhe, Multifunktionsjacken, Mützen, gefütterte Handschuhe und bei Bedarf Atemschutz. Bei Extremwetterlagen wie bspw. Sturm werden die Arbeiten im Freien für den Zeitraum eingestellt.

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2024

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Bei 8.457,5 Arbeitstagen 2024: 315 Krankentage	3,72

2023

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Bei 7.628,04 Arbeitstagen 2023: 301 Krankentage	3,95

2022

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Bei 7.282,5 Arbeitstagen 2022: 236 Krankentage	3,24

Alle Zahlen beziehen sowohl Krankentage als auch Kinderkrankentage sowie Auswirkungen von Betriebsunfällen mit ein.

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

2024

0 Tage

2023

0 Tage

2022

0 Tage

Wir gehen davon aus, dass die Mitarbeitenden bei Krankheit nicht auf Arbeit erscheinen. Wenn Mitarbeitende freiwillig krank das Büro betreten, werden sie von den Kolleg*innen sehr deutlich darauf hingewiesen, dass dieses Verhalten allen schadet.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2024

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Arbeitsunfall, Prellung	1

2022

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Wegeunfall, doppelter Bruch	1

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

2024

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Arbeitsschutzschulung	1,5
Erste-Hilfe-Kurs	8
UVV-Schulung	4,5
Sicherheitseinweisung Fahrzeugnutzung	1

2023

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Arbeitsschutzschulung	1,5

2022

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Arbeitsschutzschulung	1,5

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**Ausstattung neuer Räumlichkeiten mit hochmodernen Akustik-Elementen**

Im Berichtszeitraum wurde eine neue Etage im Haus des Firmensitzes bezogen, im Zuge der Einrichtung wurden neue Schallschutzwände sowie weitere Akustik-Elemente zu Schallminimierung angeschafft. Es wird evaluiert, ob diese Maßnahmen und Elemente so wirkungsvoll sind, dass sie auch in den zuvor bestehenden Arbeitsräumen installiert werden sollen.

Wiederholung Erste-Hilfe-Kurs

Ganztagesseminar für alle Mitarbeitenden.

Strukturierte Einführung Arbeitsschutz

Im Rahmen der strukturierten Einführung zum Thema Arbeitsschutz im Büro wurden im Berichtszeitraum vor allem verpflichtende Schulungsangebote angeboten und wahrgenommen, die zentral dem Erhalt der Arbeitssicherheit dienen.

Arbeitsschutzschulungen

Jährlich stattfindende verpflichtende Dekra-Arbeitsschutzschulungen für alle Mitarbeitenden.

Verbesserungspotenziale/Ziele**Angebot von weitergehenden Maßnahmen zur Gesundheitsförderung**

Ziel ist es, über die bestehenden Pflichtunterweisungen hinaus zusätzliche, bedarfsorientierte Maßnahmen anzubieten, um die Sensibilisierung und das Sicherheitsbewusstsein aller Mitarbeitenden (insbesondere im Fuhrpark- und

Bürobereich) weiter zu stärken.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Das Unternehmen versteht sich, auch aufgrund seines Ursprungs in einem gemeinnützigen Verein, als weltoffenes, tolerantes Unternehmen, für das es selbstverständlich ist, bei entsprechender Eignung jede Person unabhängig des Geschlechts, der Herkunft, Religion, des Familienstands etc. zu beschäftigen. Daher werden im Unternehmen alle Angestellten diskriminierungsfrei behandelt. Wenngleich eine entsprechende Evaluation unter den Mitarbeitenden bislang dazu nicht durchgeführt wurde, sind soweit keine Konflikte aufgrund diskriminierenden Verhaltens bekannt geworden. Eine gesonderte Betriebsvereinbarung oder spezielle Maßnahmen gibt es hierzu auch aufgrund der Größe und des Ursprungs des Unternehmens nicht. Doch die gelebte Praxis in der Einstellungspolitik gibt besonderes Augenmerk auf die Förderung von Diversität in der Belegschaft. So wird das Ziel verfolgt, bei gleicher Qualifikation weibliche Personen sowie Personen, welche die unten genannten Dimensionen der Diversität befördern, zu bevorzugen.

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?

Uns sind keine Bereiche bekannt bzw. es bestehen keine Hinweise, dass sich Mitarbeitende benachteiligt fühlen. Ggf. benachteiligt fühlen könnten sich Mitarbeitende zwischen unterschiedlichen Fachbereichen bezüglich ihrer tariflichen Einordnung (Kund*innenbetreuung vs. Schadenzentrale).

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Hierarchische Unterschiede werden ausgeglichen durch

- Mitsprachemöglichkeiten für Mitarbeitende aller Fachbereiche, Mitarbeit in bereichsübergreifenden Arbeitsgruppen;
- eine Politik der offenen Tür;
- ein umfangreicher Onboardingprozess für neue Mitarbeitende;
- regelmäßige Feedbackgespräche;
- transparente Dokumentation von Prozessen und Arbeitsabläufen;
- Angebote und Bemühungen der sozialen Einbindung aller Mitarbeitenden, z. B. ein- bis zweimal jährlich stattfindende Betriebsveranstaltungen (Ausflüge, Weihnachtsfeiern an unterschiedlichen Unternehmensstandorten), gelegentliches gemeinsames Kochen, Grillen oder Feierabendlimonade;
- Vermeidung von Titulaturen bei der Arbeitsplatzbeschreibung bzw. Aufgabenverteilung kontra betrieblicher Hierarchiebildung;
- regelmäßige Informationen zu wichtigen Veränderungen und Entwicklungen inkl. Feedbackmöglichkeiten;
- Abschluss einer KiTa-Vereinbarung am Standort Leipzig in Nähe des Arbeitsplatzes.

in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

Zugehörigkeit nach Altersgruppen

Geschlecht	u30	u40	u50	u60	u70	u80
Frauen	0	1	3	0	2	1
Männer	2	10	11	8	3	0
Gesamt	2	11	14	8	5	1

Zugehörigkeit nach Funktionsebene

Geschlecht	Service-techniker*in	Sachbearbeiter*in	Fachbereichsleiter*in	Regionalleiter*in	Geschäftsführung
Frauen	0	7	0	0	0
Männer	9	11	5	7	2
Gesamt	9	18	5	7	2

2023

Zugehörigkeit nach Altersgruppen

Geschlecht	u30	u40	u50	u60	u70	u80
Frauen	0	0	4	1	0	1
Männer	1	12	10	5	1	0
Gesamt	1	12	14	6	1	1

Zugehörigkeit nach Funktionsebene

Geschlecht	Service-techniker*in	Sachbearbeiter*in	Fachbereichsleiter*in	Regionalleiter*in	Geschäftsführung
Frauen	0	4	2	0	0
Männer	7	10	2	8	2
Gesamt	7	14	4	8	2

2022

Zugehörigkeit nach Altersgruppen

Geschlecht	u30	u40	u50	u60	u70	u80
Frauen	0	0	5	1	0	1
Männer	4	10	7	4	1	0
Gesamt	4	10	12	5	1	1

Zugehörigkeit nach Funktionsebene

Geschlecht	Service-techniker*in	Sachbearbeiter*in	Fachbereichsleiter*in	Regionalleiter*in	Geschäftsführung
Frauen	0	5	2	0	0
Männer	6	8	2	8	2

Gesamt	6	13	4	8	2
--------	---	----	---	---	---

Andere Unterscheidungsdimensionen (z. B. auch nach diversen Personen) sind nicht bekannt und werden nicht erhoben. Sie hätten real auch keine Auswirkungen auf die Einstellungspraxis bzw. Aufgabenzuordnung.

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitender Person

2024

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Erste-Hilfe-Kurs	8
Arbeitsschutzschulung	1,5

2023

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Arbeitsschutzschulung	1,5

2022

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Arbeitsschutzschulung	1,5

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

2024

In den AGB wurde festgehalten, dass „eine Nutzung der Fahrzeuge im Zusammenhang mit Veranstaltungen, bei denen in Wort oder in Schrift die Freiheit und die Würde des Menschen verächtlich gemacht oder Symbole verwendet und gezeigt werden, die im Geist verfassungsfeindlicher oder verfassungswidriger Organisationen stehen oder diese repräsentieren, ausdrücklich untersagt“ ist.

Im Umfeld des Unternehmens (in den verschiedenen Berührungsgruppen) gibt es Personen jedes Alters (z. B. Kund*innen von 18 bis über 80 Jahre), diverser Ethnien (Kund*innen aus vielen Ländern, unterschiedlicher Hautfarbe), vieler Religionen, sexueller Orientierungen (u. a. Vereine für Gendergerechtigkeit) und Weltanschauung (drückt sich bspw. aus durch die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Vereinen/ Parteien auch im Bereich der parteilichen und politischen Bildung, die unterschiedliche Ziele verfolgen). Das Unternehmen unterstützt darüber hinaus Personen mit körperlichen Beeinträchtigungen durch besondere Nutzungsangebote: Hierbei kann der Kund*innenvertrag abweichend auch ohne Fahrerlaubnis durch die Hauptkund*innen geschlossen werden und dessen Beauftragte können als Fahrer*innen für diese die Dienstleistung nutzen.

Karenzdauer von Müttern

2024

0 Monate

2023

0 Monate

2022

2,5 Monate

Karenzdauer von Vätern

2024

14 Monate

2023

4,8 Monate

2022

0 Monate

**Nach den Dimensionen
aufgeschlüsselte Anzahl von
Neueinstellungen/
Fluktuationen**

2024

Neueinstellungen:

- eine Frau u40, eine Frau u70
- ein Mann u30, zwei Männer u40, zwei Männer u60, ein Mann u70

Abgänge:

- eine Frau u50
- zwei Männer u40

2023

Neueinstellungen:

- eine Frau u50
- drei Männer u40, drei Männer u50, ein Mann u60

Abgänge:

- zwei Frauen u50
- zwei Männer u30, ein Mann u40, ein Mann u50

2022

Neueinstellungen:

- eine Frau u70
- zwei Männer u30, zwei Männer u40, ein Mann u60

Abgänge:

- eine Frau u40
- ein Mann u50

**Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt**

Flexible Arbeitsmodelle für Eltern**Benennung eines Beauftragten für Onboardingprozesse**

zur umfangreichen und hierarchiefreien Integration neuer Mitarbeiter*innen. Zusätzlich zur direkt vorgesetzten Person für fachspezifische Themen steht der Beauftragte auch über den Onboardingprozess hinaus für Fragen und Gesprächsbedarf zur Verfügung.

Ausbau und Professionalisierung des Onboardingprozesses

Standardisierter Aufbau der Onboardingprozesse für neue Mitarbeitende. Umfangreiche Überarbeitung der Vorlagen und Checklisten. Im Onboardingprozess durchlaufen neue Mitarbeitende alle Fachbereiche und Abteilungen des Unternehmens, haben stets verfügbare Ansprechpersonen für Fragen und Belange, es finden regelmäßige Feedbackgespräche statt.

Einführung eines fachbereichsübergreifenden Austauschs

Als neue Methode des fachbereichsübergreifenden Austauschs wurde ein "Teamtag" etabliert. Jede*r interessierte Mitarbeitende hat die Möglichkeit, für einen Tag in einen anderen Fachbereich zu gehen und dort die Abläufe kennenzulernen. Diese Maßnahme stellt ein weiteres Ergebnis aus dem Barcamp 2024 dar.

Mehr Mitsprachemöglichkeiten für Mitarbeitende

Durch Umstrukturierung der Beteiligungsmöglichkeiten können Mitarbeitende unabhängig von ihrem Hintergrund an Entscheidungen mitwirken (siehe Punkt C4.3).

Verbesserungspotenziale/Ziele**Weiteres Augenmerk auf Diversifizierung der Mitarbeitendenstruktur**

Kontinuierliche Verbesserung des Onboardingprozesses

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Dem Unternehmen sind keine Bereiche bekannt (bzw. gibt es keine Hinweise darauf), in denen es gegenwärtig menschenunwürdige Arbeitsbedingungen gibt.

Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?

Dem Unternehmen (Personalverantwortliche) wurden keine entsprechenden Rückmeldungen gegeben.

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

In der Regel machen sich die Mitarbeitenden gegenseitig in Form direkter Ansprache auf mögliches Fehlverhalten aufmerksam. Da es im Berichtszeitraum kein gravierendes Fehlverhalten gegeben hat, war dies jedoch nicht notwendig: Es gab keine Belästigungen von Mitarbeitenden durch andere oder Vergleichbares.

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

2024

Es wurden keine (potenziellen) menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen berichtet.

Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

2024

Es gab keine derartigen Prozesse oder Verfahren.

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

2024

Es gab keine derartigen Beschwerden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Es bestand aufgrund mangelnder Anlässe kein Handlungspotenzial.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kein Anlass

Aufgrund der Betriebsgröße und der bisherigen guten Erfahrungen des offenen Umgangs miteinander werden derzeit keine Verbesserungspotenziale gesehen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?

Das Unternehmen zahlt den Mitarbeitenden anhand der vertraglich vereinbarten Arbeitszeit und der Einordnung des jeweiligen Tätigkeitsbereichs und der Verantwortlichkeiten, auf gleicher Basis ein Gehalt, das sich an der Klassifizierung des TVöD orientiert. Nur zwei Mitarbeitende (Geschäftsführer) werden außerhalb dieses Verdienstrahmens vergütet. Dadurch wird eine möglichst hohe Transparenz gewährleistet. Es gibt am Jahresende für alle Mitarbeitenden in Abhängigkeit des Jahresergebnisses gleichermaßen eine Erfolgsbeteiligung.

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Durch die Anpassung des Gehalts an die Tarifstruktur des TVöD stellt das Unternehmen sicher, faire und lebenswürdige Verdienste zu zahlen.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Die Möglichkeit zur Selbstorganisation des Verdienstes beschränkt sich im Unternehmen auf die in Abhängigkeit von betrieblichen Möglichkeiten bzw. Notwendigkeiten selbstständige Bestimmung der Arbeitszeiten.

Höchstverdienst	2024
	5.500 €
	2023
	4.500 €
	2022
	3.950 €

Mindestverdienst	2024
	2.929 €
	2023
	2.531 €
	2022
	2.531 €

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)	2024
	1:88
	2023
	1:78
	2022
	1:56

Medianverdienst	2024
	3.510 €
	2023
	3.280 €

2022

3.050 €

**Standortabhängiger
"lebenswürdiger Verdienst" (für
alle Betriebsstandorte)**

2024

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Sachsen, Stundenlohn	12,95

Eine klare Definition für "lebenswürdigen Verdienst" ließ sich durch Recherche nicht eindeutig ermitteln, daher wird auf die niedrigste Entgeltgruppe des Tarifvertrags Verkehrsgewerbe (Sachsen, Stand 2024) zurückgegriffen.

**Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt**

Zahlung eines transparenten, fairen Verdienstes in Anlehnung an die TVöD-Tarifstruktur

Lohnerhöhung

Beschluss einer Lohnerhöhung im Jahr 2024 um durchschnittlich 8 %.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kein Anlass

Derzeit werden keine konkreten Verbesserungspotenziale erkannt.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Im Unternehmensleitbild ist vereinbart, dass sich an die vertraglich vereinbarten Arbeitszeiten gehalten wird, sowohl von Arbeitnehmer*innen als auch seitens des Arbeitgebers. Auf Ebene der Sachbearbeiter*innen/ Teamleiter*innen der beiden Fachbereiche Kund*innen- und Fahrzeugbetreuung erfolgt ein eigenverantwortliches Arbeitszeitmanagement entsprechend notwendiger Dienstabdeckungen, auf Führungsebene wird die Einhaltung vereinbarter Arbeitszeiten selbstständig überprüft. Arbeitslasten werden in den Fachbereichen anhand einer Aufgabenbeschreibung und Zeitzuordnung bestimmt und in Abhängigkeit von Fahrzeug- und Kund*innenzahl auf die notwendige Anzahl von Mitarbeitenden verteilt.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Das Unternehmensleitbild beschreibt den Anspruch des Unternehmens, dass die Mitarbeitenden keine Überstunden leisten müssen. Aus diesem Grund ist die Anzahl an Mitarbeitenden so angelegt, dass keine Überstunden für den Erfolg des Unternehmens bedeutsam sind.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Das Unternehmensleitbild beschreibt, dass in Abhängigkeit betrieblicher Notwendigkeiten mit Mitarbeitenden flexible Arbeitszeitmodelle Anwendung finden können. Entsprechend gehören dazu in der Betriebspraxis bspw.:

- Aufteilung der täglichen Arbeitszeit in Vor- und Nachmittagszeiten, um im Tagesverlauf anderen Interessen nachzugehen (einzelne Mitarbeitende sind z. B. als Ehrenamtliche in Vereinen engagiert) oder die Vereinbarkeit familiärer Termine mit Arbeitszeiten verbessern zu können;
- Aufteilung der Wochenarbeitszeit auf einzelne Tage, um andere Interessen verfolgen zu können;

- Wahrnehmung von Eltern- und Erziehungszeiten;
- Individuell und in Abhängigkeit von den betrieblichen Notwendigkeiten gibt es grundsätzlich die Möglichkeit, für einen bestimmten Zeitraum weniger/ nicht zu arbeiten, um gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Im Rahmen der betrieblichen Notwendigkeiten können Mitarbeitende die Arbeitszeit selbst organisieren. So müssen die Fachbereiche Fahrzeug- und Kund*innenbetreuung eine telefonische Erreichbarkeit zwischen 8 und 18 Uhr gewährleisten, in diesen Zeiten können die Mitarbeitenden die Anwesenheit selbst organisieren. Führungskräfte organisieren die Arbeitszeiten entsprechend selbstorganisierter Terminkalender eigenverantwortlich.

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)	2024
	38 Stunden
	2023
	38 Stunden
	2022
	38 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden	2024
	0 Stunden
	2023
	0 Stunden
	2022
	0 Stunden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Beschluss zur Reduzierung der Wochenarbeitszeit
	Mit Gültigkeit ab 2022 wurde eine Reduzierung der Wochenarbeitszeit von 40 auf 38 Stunden pro Woche beschlossen und umgesetzt.

Erhöhung der Urlaubstage

Die Zahl der jährlichen Urlaubstage wurde von 26 auf 28 Tage erhöht.

Ermöglichung individueller Arbeitszeitmodelle für mehrere Mitarbeitende

Verbesserungspotenziale/Ziele	Arbeitszeitwünsche der Mitarbeitenden auch weiterhin ermöglichen
--------------------------------------	---

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Das Unternehmen bietet individuell gestaltete Arbeitsmodelle an, die sowohl Voll- als auch Teilzeitarbeit umfassen. Dabei variieren sowohl Arbeitszeitumfang als auch die Tage und, sofern es die Betriebsabläufe zulassen, die Tageszeiten, an denen die Arbeit geleistet wird. Bei Führungskräften kann darüber hinaus der Arbeitsort weitgehend frei gewählt werden. Die verschiedenen Arbeitszeitmodelle sind im nächsten Abschnitt aufgelistet.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Das Unternehmensleitbild stellt den Rahmen dar, um Maßnahmen für eine Gewährleistung einer Work-Life-Balance umzusetzen.

Hierzu gehören z. B.

- Berücksichtigung von Home-Office-Wünschen und -Notwendigkeiten,
- Auswahl aus verschiedenen Arbeitszeitmodellen, die individuell angepasst werden können,
- keine grundsätzliche Wochenendarbeit im Bereich Fuhrpark (ausgenommen Notfälle),
- gesellschaftliche Teilhabe durch Ehrenamt, z. T. auch während der regulären Arbeitszeit.

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2024

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Vollzeit, 38 h	Arbeit an jedem Wochentag
Teilzeit, 35 h	Arbeit an jedem Wochentag
Teilzeit, 30 h	Arbeit an jedem Wochentag
Teilzeit, 30 h/ 32 h	Arbeit an vier Wochentagen, Auswahl individuell
Teilzeit, 28 h/ 25 h/ 24 h	Arbeit an drei bis vier Wochentagen flexibel
Teilzeit, 20 h	Arbeit an zwei bis drei Wochentagen flexibel
Geringfügig, 8 h	Arbeit an einem Wochentag, Auswahl individuell

Alle aufgelisteten Modelle waren in allen drei Jahren des Berichtszeitraumes möglich. Um Redundanzen zu vermeiden, wurden sie nur für 2024 eingetragen.

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

2024

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit, 35 h	1	4
Teilzeit, 30 h/ 32 h	1	5
Geringfügig, 8 h	0	4

2023

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit, 35 h	2	3
Teilzeit, 30 h/ 32 h	1	3
Teilzeit, 28 h/ 25 h/ 24 h	3	0
Teilzeit, 20 h	1	1

2022

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit, 35 h	1	3
Teilzeit, 30 h/ 32 h	2	4

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit, 28 h/ 25 h/ 24 h	4	0
Teilzeit, 20 h	1	0
Geringfügig, 8 h	0	2

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Selbstorganisierte Arbeitszeitregelungen in den Fachbereichen

Evaluierung erweiterter Home-Office-Modelle

Flexible Arbeitszeitmodelle für Mitarbeitende angeboten und ermöglicht

Verbesserungspotenziale/Ziele

Individuelle Arbeitszeitmodelle für Mitarbeitende weiterhin ermöglichen

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt

werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Ja, dies kann durch die Anlehnung an die TVöD-Tarifstruktur sichergestellt werden.

Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Die investierte Arbeitszeit im Sinne einer maximalen Arbeitszeit spielt weder bei der Erreichung von Karriereschritten noch bei der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden eine Rolle.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?

Praktikant*innen und Werksstudierende erhalten eine Vergütung, die auf den individuellen Bedürfnissen beruht. Auszubildende erhalten eine ortsübliche Vergütung.

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Zeit- oder Saisonarbeiter*innen werden nicht im Unternehmen beschäftigt, daher ist ein solches Risiko nicht vorhanden.

Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Befristete Arbeitsverträge werden nicht geschlossen.

Gewinn

2024

3.418.216 €

2023

3.917.990 €

2022

3.582.265 €

Höchstverdienst

2024

5.500 €

2023

4.500 €

2022

3.950 €

Mindestverdienst

2024

2.929 €

2023

2.531 €

2022

2.531 €

Standortabhängiger
"Lebenswürdiger Verdienst"

2024

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Sachsen, Stundenlohn	12,95

Eine klare Definition für "lebenswürdigen Verdienst" ließ sich durch Recherche nicht eindeutig ermitteln, daher wird auf die niedrigste Entgeltgruppe des Tarifvertrags Verkehrsgewerbe (Sachsen, Stand 2024) zurückgegriffen.

Anzahl aller Beschäftigten (inkl.
Zeitarbeitenden)

2024

41 Personen

2023

35 Personen

2022

33 Personen

Jeweils zum Jahresende.

Mitarbeitendenanzahl

2024

41

2023

35

2022

33

Anzahl der Pauschalverträge

2024

0

2023

0

2022

0

Anzahl der Null-Stunden-
Verträge

2024

0

2023

0

2022

0

Anzahl der Zeitarbeitenden

2024

	0 Personen
	2023
	0 Personen
	2022
	0 Personen
Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	Es gibt keine Zeitarbeitsverträge.
Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	Es gibt keine Zeitarbeitsverträge.
Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	2024
	0 %
	2023
	0 %
	2022
	0 %
Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	Es gibt keine befristeten Arbeitsverträge.
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	2024
	Es gab keine befristeten Arbeitsverträge, in keinem der Jahre.
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Kein Anlass
	Ein grundlegendes Verbesserungspotenzial ergab sich aufgrund des seit vielen Jahren praktizierten fairen Entlohnungsmodells nicht.
Verbesserungspotenziale/Ziele	Kein Anlass
	Ein grundlegendes Verbesserungspotenzial für die Zukunft wird aufgrund des praktizierten fairen Entlohnungsmodells nicht gesehen.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

Die Herkunft und Qualität der Lebensmittel besitzt einen hohen Wert: Wenn das Unternehmen den Mitarbeitenden und Gästen Lebensmittel am Arbeitsplatz anbietet, dann legt es großen Wert auf ökologische und – wo möglich – auch regionale Produkte. Es werden Kaffee und Milch aus ökologischer Herstellung und fairem Handel eingekauft. Bei Betriebsfeiern/ -ausflügen wird – neben Fleisch aus artgerechter Haltung – auch immer auf ein vegetarisches/ veganes Angebot geachtet. Es gibt eine Kooperation mit dem lokalen Biomarkt, der vergünstigtes Einkaufen ermöglicht.

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

Es gibt keine Betriebskantine, dies ist aufgrund der Unternehmensgröße nicht möglich. Es gibt eine voll ausgestattete Küche, die von den Mitarbeitenden genutzt werden kann. Die Mitarbeitenden haben Zugriff auf eine nahe gelegene öffentliche Betriebskantine, von der zahlreiche Mitarbeitende regelmäßig Gebrauch machen.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2024

100 %

2023

100 %

2022

100 %

Die Verpflegung, die vom Unternehmen zentral eingekauft wird: 100 % (Kaffee, Milch, Obst).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Regelmäßig frisches Bio-Obst für Mitarbeitende

Jederzeit verfügbarer Bio-Kaffee und Bio-Tee

Versorgung von Besprechungen mit Bio-Obst und Snacks

Catering bei Betriebsevents: bio, vegetarisch/ vegan, möglichst regional

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Möglichkeiten

Aufgrund der Dezentralität der Firmenstandorte und der Größe des Teams sind weitere Maßnahmen nur schwer umsetzbar. Dennoch bekennt sich das Unternehmen klar zu einer umweltschonenden Ernährung, die umgesetzt und gefördert wird, wenn es sich anbietet.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Arbeitsplatz zu gelangen?
Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Die Mitarbeitenden nutzen den ÖPNV, das Fahrrad, gehen zu Fuß und nutzen vereinzelt auch den Pkw, um zum Arbeitsplatz zu gelangen.

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Mitarbeitende könnten ihren Wohnort näher an den Arbeitsort legen (was auch bereits Mitarbeitende taten), um dann zu Fuß oder mit dem Rad auf Arbeit zu gelangen. Zudem haben Mitarbeitende die Möglichkeit, ein Jobticket (Deutschlandticket) für den ÖPNV zu nutzen sowie vergünstigte Bedingungen für die Carsharing-Nutzung.

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Zum einen wurde der Standort des Unternehmenssitzes auch deswegen gewählt, weil er sich zentral in Leipzig befindet und in fußläufiger Entfernung sowohl die Haltestellen des ÖPNV als auch ein Haltepunkt des S-Bahn-Netzes liegen. Einen Anreiz zur Nutzung des ÖPNV setzt das Unternehmen durch das Angebot des Jobtickets.

Das Unternehmen stellt keine kostenfreien Auto-Parkplätze, dafür aber Fahrradbügel zum sicheren Abstellen von Fahrrädern sowie eine Fahrradpumpe zur Verfügung. Darüber hinaus übernimmt das Unternehmen ganz oder anteilig die Kosten einer BahnCard bei Mitarbeitenden, die regelmäßig dienstlich mit dem Fernverkehr unterwegs sind. Für jegliche Fahrten mit dem Regionalverkehr wird ein Deutschlandticket als Jobticket angeboten. Für Dienstreisen gibt es zusätzlich ein Klappfahrrad, das sowohl im Pkw als auch im ÖPNV mitgenommen werden kann. Die Mitarbeitenden können für dienstliche Wege, auf denen ein Pkw genutzt werden muss, Carsharing nutzen. Zugleich bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitenden dauerhaft die vergünstigte Carsharing-Nutzung für private Zwecke.

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2024

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	10
Rad	55
PKW	5
Öffentliche Verkehrsmittel	30
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Angebot des Jobtickets

25 Mitarbeitende nehmen das Jobticket (Deutschlandticket) in Anspruch. Dies kann auch privat genutzt werden.

Angebot von BahnCards

10 Mitarbeitende nehmen BahnCards in Anspruch. Diese können auch privat genutzt werden.

Finanzierung einer BahnCard 100 für regelmäßige Dienstreisen eines Projektleiters

Verbesserungspotenziale/Ziele

Genauere Analyse des dienstlichen Verkehrsverhaltens

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Die gelebte Unternehmenskultur orientiert sich – da historisch aus einem ökologisch orientierten Verein gewachsen und aufgrund ihres ökologischen Anspruchs, der mit dem Geschäftszweck Carsharing verbunden ist – sehr stark an ökologischen Leitlinien: Das Unternehmen hat mit seiner Unternehmung das klare Ziel, die Umwelt zu entlasten. Dies spiegelt sich auch im Kontakt mit den Berührungsgruppen (z. B. Lieferant*innen, Kund*innen), im Engagement für verkehrsökologische Vereine (finanzielle Unterstützung durch Spenden, praktische Unterstützung bei Vereinsprojekten) oder Stellungnahmen zu gesellschaftlichen Themen (nachhaltige Verkehrskonzepte, Stadtplanung u. a.) sowie Aufrufen zur Teilnahme an ökologischen Aktionen (Stadtradeln, Autofasten u.a.) wider.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Im Bereich der Personalrekrutierung spielen die ökologischen Themen eine Rolle, sie werden aber nicht als Einstellungskriterium herangezogen. Vielmehr ist es so, dass sich i. d. R. Menschen beim Unternehmen bewerben, die mit dessen ökologischen Werten weitestgehend übereinstimmen (ein Carsharing-Unternehmen hat automatisch eine ökologische Außendarstellung und zieht vermutlich daher auch entsprechende Interessent*innen an). Bei Weiterbildungsangeboten spielen ökologische Themen bislang keine tragende Rolle.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Aufgrund des Unternehmensursprungs in einem ökologisch orientierten Verein sowie des Unternehmensleitbildes ist die Sensibilisierung für ökologische Themen unter den langjährigen Mitarbeitenden hoch. So haben die Mitarbeitenden ein ökologisches Selbstverständnis in Bezug auf die Unternehmung und bestärken selbst in den jeweiligen Aufgabengebieten die ökologische Ausrichtung des Unternehmens (Kommunikation mit Kund*innen, Fahrzeugbeschaffung, Tarifgestaltung etc.). Doch durch den Aufwuchs an Mitarbeitenden werden Sensibilisierungsmaßnahmen insbesondere zur Auffrischung sowie Sensibilisierung von neuen Mitarbeitenden in Zukunft wichtiger werden.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Aufgrund des Unternehmensursprungs in einem ökologisch orientierten Verein, der Unternehmung und der bisherigen Neueinstellungen bedarf es aus Sicht des Unternehmens keiner gesonderten Strategie, um das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden zu schärfen. Es gibt für Mitarbeitende einen finanziellen Anreiz, Carsharing zu nutzen bzw. das private Fahrzeug – wie in einigen Fällen geschehen – ggf. grundsätzlich abzuschaffen.

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2024
100 %
2023
100 %
2022

100 %

Der Anteil kann mit 100 % angegeben werden. Schon bei Einstellung von Mitarbeitenden werden entsprechende Fragen zur Einschätzung von Umweltbelangen gestellt, eine dauerhafte Thematisierung erfolgt in der täglichen Arbeit, im Umgang mit Kund*innen, bei der Öffentlichkeitsarbeit u. ä.

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2024

85 %

2023

85 %

2022

85 %

Der Akzeptanzgrad ist sehr hoch, ca. 85 % (geschätzt) – einige Mitarbeitende haben trotz vielfältiger Angebote ein anderes und ggf. weniger ökologisches Verhalten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Auswahl von Betriebsausflugszielen anhand der Erreichbarkeit durch Zug und ÖPNV

Anreize zur Nutzung von Carsharing statt Privat-Pkw für Mitarbeitende

Aufruf zur Teilnahme an Stadtradeln, Autofasten etc. unter den Mitarbeitenden

Verbesserungspotenziale/Ziele

Integration ökologischer Themen in Weiterbildungsangebote

Anreize zur Nutzung von E-Fahrzeugen statt Verbrennerfahrzeugen für betriebliche Carsharing-Fahrten

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Keiner der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO₂)

2024

Nein

2023

Nein

2022

Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

Keiner der Punkte trifft zu.

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Es gibt keine solcher Geschäftsregeln.

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Solche Angebote gibt es nicht.

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger

Solche Verbote gibt es nicht.

Produkte

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2024
Nein

2023
Nein

2022
Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Aufgrund fehlender Negativanreize gab es in der Vergangenheit keinen Verbesserungsbedarf.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kein Anlass

Aufgrund fehlender Negativanreize wird kein Verbesserungsbedarf gesehen.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Das Unternehmen informiert seine Mitarbeitenden in unregelmäßigen Abständen in einem Newsfeed über Berichte aus der Gesellschafterversammlung, aktuelle operative Themen und konkret geplante Entwicklungen. Auf der i. d. R. jährlich stattfindenden Mitarbeitendenversammlung werden das vergangene Geschäftsjahr (und dabei auch wesentliche wirtschaftliche Zahlen) sowie ein Ausblick auf das Folgejahr vorgestellt. Darüber hinaus werden tagesaktuell wichtige Informationen – bspw. auch zu Neueinstellungen – im allen Mitarbeitenden zugänglichen Kommunikationstool veröffentlicht. Zudem wird die regelmäßige Presseschau auch an alle Mitarbeitenden verschickt.

Alle Mitarbeitenden haben Zugang zum für den operativen Betrieb relevanten BackEnd-System, der Umfang der verfügbaren Datentiefe hängt aus datenschutzrechtlichen Gründen vom jeweiligen Aufgabengebiet ab. Weitere Daten zum operativen Geschäft, wie z. B. wirtschaftliche Kennzahlen, können die Mitarbeitenden i. d. R. bei der Geschäftsführung erfragen. Umfangreiche Kennzahlen zur Unternehmensentwicklung sind in den Jahresabschlüssen auf der Seite des Unternehmensregisters öffentlich einsehbar. Durch die mittlerweile erreichte Unternehmensgröße sind die Offenlegungspflichten gestiegen, sodass die Daten im Jahresabschluss deutlich umfangreicher sind.

Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können die Mitarbeitenden nur auf die operativ relevanten Daten leicht zugreifen, die für die Erledigung der Arbeitsaufgaben notwendig sind. Hierfür sind im BackEnd-System Rechtebeschränkungen eingerichtet. Dazu gehören in einigen Fällen auch finanzielle Daten. Für statistische Werte des operativen Betriebs wird für ein separates Auswertungstool ein gesonderter Zugang benötigt, der den Mitarbeitenden vorbehalten ist, die diese Werte für die Arbeit benötigen. Informativ können andere Mitarbeitende aber auch entsprechende Zahlen erfragen. Weitere Daten und Informationen können jedoch jederzeit bei der Geschäftsführung erfragt werden.

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Konkrete Löhne anderer Mitarbeitender stehen aus Gründen des Datenschutzes i. d. R. nicht zur freien Verfügung.

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Auf der Mitarbeitendenversammlung werden die wesentlichen wirtschaftlichen Zahlen einfach aufbereitet vorgestellt. So liegen diese in einem Haushaltsplan in Tabellenform vor, der wesentliche Einnahme- und Kostenbereiche abbildet. Fragen und Anmerkungen zu diesen Darstellungen und Erklärungen werden auf der Mitarbeitendenversammlung beantwortet.

Grad der Transparenz der

kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)	2024
	95 %
	2023
	95 %
	2022
	95 %

Der Grad der Transparenz kann auf 95 % geschätzt werden. Operative Daten sind nahezu offen verfügbar; bislang gab es nicht die Situation, dass Mitarbeitende Daten, die gewünscht wurden, nicht erhalten haben. Einige Daten unterliegen dem Datenschutz.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Einführung eines Newsfeeds

Im Berichtszeitraum wurde ein Newsfeed für alle Mitarbeitenden eingerichtet. In unterschiedlichen Feeds werden themenbezogen Neuigkeiten und Veränderungen kommuniziert. Themenbereiche sind beispielsweise: Fuhrpark, Kund*innenbetreuung, Lokale Themen, Öffentlichkeitsarbeit, Geschäftsführung. Zudem gibt es einen Newsfeed für die Beschlüsse des neu strukturierten Fach- und Führungskräftekreises. So können Mitarbeitende aus allen Bereichen und Standorten alle Entwicklungen unkompliziert verfolgen.

Die Einführung dieses Newsfeeds war ein Ziel aus dem letzten GWÖ-Bericht.

Einführung von Fachbereichstreffen

Regelmäßige Fachbereichstreffen wurden eingeführt, um die Information und Mitsprache aller Mitarbeitenden niedrigschwellig zu ermöglichen. Auf den Treffen werden Themen selbstorganisiert gesetzt und bearbeitet. Die Fachbereichsleitungen geben Anregungen und Vorschläge weiter und sorgen für Informationsfluss, zusätzlich zu zentral kommunizierten Informationen über Newsfeeds an alle Mitarbeitenden.

Einführung einer neuen Beteiligungsstruktur

Die neu eingeführte Beteiligungsstruktur (siehe Punkt C4.3) ermöglicht mehr Transparenz und effektiveren Informationsfluss zwischen den Fachbereichen sowie für jeden einzelnen Mitarbeitenden. Durch die Struktur kann der Informationsfluss in beide Richtungen erfolgen. Die innerbetriebliche Transparenz wurde dadurch gesteigert.

Einführung einer Prozessdokumentation

Initiierung einer standardisierten Dokumentation von Prozessen und Arbeitsabläufen, um die Transparenz der Prozesse für alle Mitarbeitenden zu erhöhen und Mitsprache zu ermöglichen. Benennung eines Beauftragten zur Prozessdokumentation.

Einführung eines fachbereichsübergreifenden Austauschs

Als neue Methode des fachbereichsübergreifenden Austauschs wurde ein "Teamtag" etabliert. Jede*r interessierte Mitarbeitende hat die Möglichkeit, für einen Tag in einen anderen Fachbereich zu gehen und dort die Abläufe kennenzulernen. Diese Maßnahme stellt ein weiteres Ergebnis aus dem Barcamp 2024 dar.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Proaktive Sammlung von Verbesserungsvorschlägen

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem?
 Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
 Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder?
 Warum bzw. warum nicht?
 Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

eingesetzt oder von unten gewählt?

Führungskräfte in den Fachbereichen werden vielfach unter Einbeziehung der jeweiligen Mitarbeitenden in den Fachbereichen von der Geschäftsführung und in Rücksprache mit den betroffenen Personen in den jeweiligen Arbeitsbereichen bestimmt.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Bei der Auswahl neuer Mitarbeitender werden bisherige Teammitglieder beteiligt bzw. angehört. Bei der Berufung von Führungskräften bzw. Fachbereichsleitungen werden die Mitarbeitenden der entsprechenden Fachbereiche befragt und angehört.

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Erfolgversprechende Maßnahmen sind bspw. Gespräche mit den betroffenen Führungskräften. Aus diesen Gesprächen kann im Falle gravierender Schwierigkeiten auch der Austausch der Führungskräfte folgen, was bislang jedoch nicht eingetreten ist.

Zudem wurden im Berichtszeitraum Maßnahmen infolge von Feedback der Mitarbeitenden ergriffen. So wurde eine professionelle Beratung und Betreuung in Anspruch genommen, um die Aushandlungen innerhalb eines Fachbereichs bestmöglich zu begleiten. Dies führte zu einem positiven und für alle zufriedenstellenden Ergebnis.

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

2024

70 %

2023

70 %

2022

70 %

Der Anteil der an der Legitimation (und Einstellung) von Fach- und Führungskräften beteiligten Mitarbeitenden beträgt mindestens 70 %. Es werden grundsätzlich keine Personalentscheidungen über die Köpfe von Mitarbeitenden hinweg getroffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Berufung einer neuen Führungskraft im Fuhrpark

Das im letzten Bericht gesetzte Ziel konnte umgesetzt werden. Eine neue Führungskraft wurde als Betriebsleiter Fuhrpark berufen. Wie in der Zielvorgabe vorgesehen, wurden im Vorfeld Gespräche im Fachbereich geführt, die klare Rollen und Aufgabenbereiche definiert haben. Schließlich wurde die neue Führungskraft in Abstimmung mit den Mitarbeitenden ausgewählt.

Beauftragung einer professionellen Beratung und Betreuung

Als Maßnahme infolge von Feedback der Mitarbeitenden eines Fachbereichs wurde eine professionelle Beratung und Betreuung in Anspruch genommen, um die Aushandlungen innerhalb des Fachbereichs bestmöglich zu begleiten. Dies führte zu einem positiven und für alle zufriedenstellenden Ergebnis.

Anhörung von Mitarbeitenden des betroffenen Fachbereichs bei Berufung einer Fachbereichsleitung

Einführung von Fachbereichstreffen

Regelmäßige Fachbereichstreffen, auf denen eigenständig Entscheidungen getroffen werden und alle Mitarbeitende Themen setzen können.

Neustrukturierung von Fachbereichen

Fachbereiche wurden mit jeweils neuen Leitungspositionen neu strukturiert, die gleichberechtigt als Leitungsebene etabliert wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Regelmäßige Anhörung der Mitarbeitenden im Zuge eines 360°-Feedbacks

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mitwirken?

Mitarbeitende können in allen relevanten Bereichen Entscheidungen herbeiführen und an ihnen mitwirken. Hierfür wurde im Berichtszeitraum eine grundlegende Umstrukturierung vorgenommen und neue Entscheidungsprozesse eingeführt (siehe Antwort Frage 3). Zusätzlich können Mitarbeitende in den Fachbereichen bei Personalentscheidungen mitwirken. Entscheidungen über die Arbeitsorganisation, Abläufe in den Fachbereichen und Prozessstrukturierungen werden eigenständig in den Fachbereichen getroffen. Fach- und Führungskräfte können in ihren Bereichen eigenständige Entscheidungen treffen und wirken an strategischen und operativen Entscheidungen mit.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Vor der großen Umstrukturierung der Entscheidungsprozesse im Berichtszeitraum gab es gemischte Erfahrungen mit der Partizipation. Während einzelne Mitarbeitende keinen wesentlichen Wert auf Beteiligung an strategischen Entscheidungen legten, fühlten sich andere Mitarbeitende, die aufgrund ihres Aufgabenzuschnitts nur eingeschränkte Mitentscheidungsmöglichkeiten hatten, benachteiligt und wünschten sich mehr Entscheidungseinfluss. Auf Ebene der Stadtbüroleiter*innen waren die Erfahrungen mit der Partizipation weitestgehend gut, auch weil Entscheidungen direkter mitgestaltet werden konnten.

Aufgrund dieser Ausgangssituation wurden die Wünsche der Mitarbeitenden aufgenommen und die Notwendigkeit einer Veränderung erkannt. Daraufhin wurde ein "Barcamp" organisiert, welches im März 2024 durchgeführt wurde. Als partizipative Methode dient ein Barcamp als offene Konferenz, bei welcher die Teilnehmenden gemeinsam die Themen erarbeiten und sich intensiv einbringen und austauschen. Zu Beginn wurden in einem Brainstorming alle Probleme zusammengetragen und geclustert. Daraus wurden drei große Themenkomplexe identifiziert (Kommunikationsstrukturen, Kommunikationskanäle und Transparenz), für welche anschließend in Gruppenarbeiten die Ist-Zustände analysiert und mögliche Lösungsansätze herausgearbeitet wurden. Die Ergebnisse wurden breit diskutiert und mehrheitlich beschlossen. Im Nachgang wurde auf Grundlage dessen ein Entwurf der neuen Struktur erstellt und in die Belegschaft kommuniziert. Hierfür wurde eine Präsentation erstellt, die im Unternehmen vorgestellt und diskutiert wurde. Die Entscheidung für die neue Struktur wurde in einer neuen Organisationsanweisung festgeschrieben und damit umgesetzt. Die Erfahrungen, die mit der Partizipation durch die Umstrukturierung gemacht wurden und werden, sollen regelmäßig evaluiert werden.

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung

und Entscheidungen übernehmen können?

Die Umstrukturierung hatte verschiedene Ebenen. Fachbereiche wurden neu strukturiert, mit jeweils neuen Leitungspositionen die gleichberechtigt als Leitungsebene etabliert wurden. Im Zuge dessen wurden regelmäßige Fachbereichstreffen eingeführt, die eigenständig Entscheidungen treffen können.

Neu eingeführt wurde die Organisationsanweisung Nr. 24 "Qualifizierte Mitsprache im Fach- und Führungskräftekreis (FFK) und in Arbeitsgruppen (AG)". Sie beschreibt, wie über das Tagesgeschäft hinaus gemeinsam an Lösungen und Weiterentwicklungen gearbeitet wird – offen, transparent und bereichsübergreifend. Jede*r Mitarbeitende kann Ideen, Anliegen oder Verbesserungsvorschläge einbringen, hierfür stehen verschiedene Wege zur Verfügung. Einerseits können Mitarbeitende Themenideen einbringen, welche in Arbeitsgruppen bearbeitet werden. Die Mitarbeit in Arbeitsgruppen steht allen offen, die sich mit dem Thema fachlich auskennen, eine Berührungsgruppe vertreten oder ein berechtigtes Interesse haben. Arbeitsgruppen arbeiten eigenverantwortlich und lösungsorientiert an konkreten Fragestellungen, hierbei sind die Rollen klar strukturiert: Leitung, Beteiligte und beratende Unterstützung. Andererseits können Mitarbeitende auch Anliegen an den Fach- und Führungskräftekreis herantragen. Dieser tagt sechswöchentlich und berät über die Initiierung und den aktuellen Stand sowie Ergebnisse der Arbeitsgruppen. Die Zusammensetzung des FFK wurde im Zuge der Umstrukturierung verändert und erweitert. So sind neuerdings mehr Fachbereiche vertreten, wodurch eine breitere Beteiligung ermöglicht wird. Alle Fachbereiche haben nun einen Sitz im FFK, zudem entsenden Stadtbüroleitende Delegierte, die rotierend im FFK vertreten sind. Die Mitglieder des FFK bilden die Schnittstellen zu den Mitarbeitenden, zusätzlich zur Beteiligungsmöglichkeit in Arbeitsgruppen. In jeder Sitzung des FFK wird aus allen Fachbereichen berichtet, was es Neues gibt, sodass die Fachbereiche untereinander gut informiert sind. Über die Ergebnisse der Arbeitsgruppen und des FFK werden alle Mitarbeitenden in einem neu geschaffenen Newsfeed informiert, zusätzlich wird in den Fachbereichstreffen über die Ergebnisse berichtet. Mit dieser Umstrukturierung wurden Beteiligungsmöglichkeiten deutlich ausgebaut, diversifiziert und strukturell verankert. In diesem Zuge wurde das Organigramm des Unternehmens aktualisiert, sodass Verantwortungsbereiche auf horizontaler Ebene stärkere Berücksichtigung finden. Darüber hinaus gibt es weiterhin jährliche bis halbjährliche Mitarbeitendenversammlungen, auf denen Themen gemeinsam diskutiert und beschlossen werden.

**Anteil der Entscheidungen, die
über Anhörung/ Mitwirkung/
Mitentscheidung getroffen
werden**

2024

85 %

2023

81,66 %

2022

81,66 %

Dieser oben genannte Wert stellt den Mittelwert aus diesen Anteilen dar:

Entscheidungsart und Anteil in Prozent

Personal (Anhörung und Mitwirkung) - 70 %

Beschaffung (Anhörung, Mitwirkung und Mitentscheidung) - 100 %

Operative Entwicklungen (Mitwirkung und Mitentscheidung) - 90 %

Strategische Entscheidungen (Anhörung und Mitwirkung) - 80 %

Budgetentscheidungen fachbereichsübergreifend (Mitwirkung) - 70 %

Budgetentscheidungen innerhalb eines Fachbereichs (Entscheidungsbefugnis im Rahmen der Freizeichnungsgrenzen) - 80 %

Mit der Umstrukturierung 2024 ergeben sich höhere Anteile für:

Strategische Entscheidungen - 90 %

Budgetentscheidungen fachbereichsübergreifend - 80 %

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Durchführung eines Barcamps 2024

Mit der Methode eines Barcamps unter breiter Beteiligung wurden Probleme identifiziert und Lösungsansätze gefunden, die anschließend Umsetzung fanden.

Einführung einer Prozessdokumentation

Initiierung einer standardisierten Dokumentation von Prozessen und Arbeitsabläufen, um die Transparenz der Prozesse für alle Mitarbeitenden zu erhöhen und Mitsprache zu ermöglichen. Benennung eines Beauftragten zur Prozessdokumentation.

Einführung eines fachbereichsübergreifenden Austauschs

Als neue Methode des fachbereichsübergreifenden Austauschs wurde ein "Teamtag" etabliert. Jede*r interessierte Mitarbeitende hat die Möglichkeit, für einen Tag in einen anderen Fachbereich zu gehen und dort die Abläufe kennenzulernen. Diese Maßnahme stellt ein weiteres Ergebnis aus dem Barcamp 2024 dar.

Einführung eines Newsfeeds

Im Berichtszeitraum wurde ein Newsfeed für alle Mitarbeitenden eingerichtet. In unterschiedlichen Feeds werden themenbezogen Neuigkeiten und Veränderungen kommuniziert. Themenbereiche sind beispielsweise: Fuhrpark, Kund*innenbetreuung, Lokale Themen, Öffentlichkeitsarbeit, Geschäftsführung. Zudem gibt es einen Newsfeed für die Beschlüsse des neu strukturierten Fach- und Führungskräftekreises. So können Mitarbeitende aus allen Bereichen und Standorten alle Entwicklungen unkompliziert verfolgen.

Die Einführung dieses Newsfeeds war ein Ziel aus dem letzten GWÖ-Bericht.

Einführung von Fachbereichstreffen

Regelmäßige Fachbereichstreffen, auf denen eigenständig Entscheidungen getroffen werden und alle Mitarbeitende Themen setzen können.

Neustrukturierung von Fachbereichen

Fachbereiche wurden mit jeweils neuen Leitungspositionen neu strukturiert, die gleichberechtigt als Leitungsebene etabliert wurden.

Einführung von Arbeitsgruppen

Alle Mitarbeitenden können die Gründung von Arbeitsgruppen initiieren sowie in ihnen mitwirken.

Veränderung der Zusammensetzung des Fach- und Führungskräftekreises

Breitere Beteiligung aller Fachbereiche, rotierende Delegierte der Stadtbüroleitenden, Berichte aus allen Fachbereichen auf jeder Sitzung.

Einführung einer neuen Organisationsanweisung für Beteiligungsstrukturen

Diversifizierung der Beteiligungsmöglichkeiten von Mitarbeitenden sowie Stärkung der fachbereichsübergreifenden Zusammenarbeit.

Aktualisierung des Organigramms

Stärkere Berücksichtigung von Verantwortungsbereichen auf horizontaler Ebene.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Evaluierung der neuen Entscheidungsstrukturen

Erweiterte Mitbestimmungsmöglichkeiten durch Genossenschaftsstrukturen

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Es gibt keinen Betriebsrat, da es bislang keinen Wunsch aus der Belegschaft nach einer Betriebsratsgründung gab. Die Mitarbeitendenbelange werden bisher nicht auf einer formalen Ebene eines Betriebsrats, sondern eher auf informeller Ebene angesprochen und umgesetzt. Die Institutionalisierung in Form eines Betriebsrates wäre auch mit gewissen Nachteilen verbunden: Viele Mitarbeitendenbelange könnten dann nicht mehr mit der Geschäftsführung direkt, sondern lediglich intern zwischen Betriebsrat und Belegschaft geklärt werden. Der Wunsch nach Gründung eines Betriebsrats würde seitens der Geschäftsführung jedoch unterstützt.

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Regelmäßig stattfindende Mitarbeitendengespräche, die insbesondere die persönliche Zufriedenheit der Mitarbeitenden thematisieren, ersetzen die Arbeit eines Betriebsrats. Zudem gibt es regelmäßige Fachbereichstreffen sowie Beteiligungsangebote über die in C4.3 beschriebene neue Beteiligungsstruktur.

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Die Mitarbeitenden werden verbal ermutigt, einen Betriebsrat zu gründen. Gesonderte Unterstützungsmaßnahmen gibt es bislang nicht.

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

2024

Nein

2023

Nein

2022

Nein

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine Aktivitäten bzgl. Betriebsratsgründung aufgrund fehlenden Interesses

In der Vergangenheit gab es hierzu weder positive noch negative Aktivitäten.

Einführung einer neuen Beteiligungsstruktur

Die neu eingeführte Beteiligungsstruktur (siehe Punkt C4.3) ermöglicht mehr Transparenz und effektiveren Informationsfluss zwischen den Fachbereichen sowie für jeden einzelnen Mitarbeitenden. Durch die Struktur kann der Informationsfluss in beide Richtungen erfolgen. Die innerbetriebliche Transparenz wurde dadurch gesteigert.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Bereitstellung weitergehender Informationen zur Betriebsratsgründung

Das Unternehmen könnte weitergehende Informationen zur Betriebsratsgründung für interessierte Mitarbeitende bereitstellen.

Berührungsgruppe D

Kund*innen und Geschäfts- partner*innen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Die Kund*innen melden sich selbständig und freiwillig zur Nutzung im Carsharing an. Es gibt keinen Kaltakquisevertrieb, keine Promotionteams o. ä. Durch verkehrswissenschaftliche Studien wissen wir, dass der Anmeldung zum Carsharing ein Denk- und Verhaltensänderungsprozess vorausgeht. Vom Erstkontakt bis zur Anmeldung vergehen im Mittel 18-36 Monate. Wir befragen die Kund*innen nach dem Erstkontakt: Dabei sind die Sichtbarkeit der Stationen und Fahrzeuge, die Mund-zu-Mund-Erfahrungsberichte durch Stammkund*innen und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Hauptschwerpunkte bei der Kund*innengewinnung.

Eine gezielte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Betreuung durch eine Mitarbeiterin) sorgt für eine kontinuierliche Außendarstellung des Unternehmens.

Eine wichtige Rolle für die zielgruppengerechte Kund*innengewinnung spielen auch verschiedene Partner*innen vor Ort, insbesondere lokale Nahverkehrs- und Wohnungsunternehmen, mit denen z. T. langjährige Kooperationen bestehen.

Die Dienstleistung ist im Wesentlichen so aufgebaut, dass die Kund*innen weitestgehend ohne „Betreuung“ auskommen. Informationen finden sich auf der Webseite, in den Fahrzeugen, in der App und werden über E-Mail-Newsletter/ Social Media verbreitet. Ist eine weitergehende Betreuung notwendig, gibt es eine telefonisch erreichbare Servicezentrale und Schadenzentrale.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Zweck und Ziel der Unternehmung ist das gemeinschaftliche Autoteilen nach der Carsharing-Definition des Bundesverbandes Carsharing e. V. (bcs). Diese benennt klare gemeinwohlorientierte Kriterien, z. B. die dezentrale Verteilung und Nutzung der Fahrzeuge im Stadtgebiet, eine fahrleistungsabhängige Preisgestaltung sowie verkehrs- und umweltpolitische Zielsetzungen, wie z. B. die Integration von Carsharing in den Umweltverbund mit verkehrsentslastender Wirkung.

Der Kund*innennutzen ist im Gesellschafterbeschluss „Unternehmensleitbild“ festgeschrieben. Darin werden auch Kriterien zur Umsatzbeschränkung (max. Höchstauslastung der Fahrzeuge) und der Gewinnbegrenzung benannt.

Anders als bei ähnlich gelagerten Geschäftsprozessen in der Autovermietbranche wird auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen der Kerndienstleistung Carsharing und Zusatzleistungen (Zubehörverleih unter Kostendeckung, günstige Mit-/ Zweitfahrer*innenregelung, fahrleistungs- statt nachfrageabhängige Tarife) geachtet. Das Risiko individueller Fahrzeugschäden wird nicht allgemein eingepreist, jede*r ist für die selbst verursachten Schäden allein im Rahmen der vertraglich vereinbarten Selbstbeteiligung verantwortlich. Eine reduzierte Selbstbeteiligung kann jedoch i. S. des Solidarprinzips langfristig abgesichert werden, hierbei werden Schäden aus dem versicherten Schadenpool ausgeglichen, die über den reduzierten Selbstbehalt hinausgehen.

Durch die Umwandlung des Unternehmens von einer GmbH in eine Genossenschaft wird zukünftig eindeutig sichergestellt, dass der Kund*innennutzen vor dem Umsatzstreben liegen wird.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Es gibt keinen klassischen Verkaufsprozess. Dahingegen wird jede Maßnahme der Werbung (wir sprechen intern von Öffentlichkeitsarbeit) an den Kriterien Verständnis, Akzeptanz, Vertrauen, Transparenz, Toleranz, Angebotsvielfalt, Zugänglichkeit etc. gemessen. Über eine diskursive Konzeption zwischen Agentur, Mitarbeitenden und Management wird sichergestellt, dass die Prinzipien der Verkaufs- und Kommunikationsethik eingehalten werden.

Ausnahmslos vermieden werden dabei insbesondere werbliche Inhalte zugunsten einseitiger Autonutzung zulasten des Umweltverbunds, geschlechtliche Stereotypenbilder oder intransparente Anreize (übermäßige Fahrtguthaben, irreführende Tarifinformationen).

Zudem wird auf die konsequente Verwendung von genderneutraler Sprache in allen Kommunikationsbelangen geachtet, hierzu wurde ein unternehmensweites Konzept zur genderneutralen Sprache eingeführt. Die Anforderungen der Barrierefreiheit wurden in der Gestaltung der Unternehmenswebseite umgesetzt.

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Kund*innenwünsche und Reklamationen werden gespeichert und systematisch ausgewertet. Das erfolgt auf drei Ebenen: den Fachbereichen (Kund*innenbetreuung und Schadenzentrale mit Fokus auf operativen Probleme und Hilfestellungen), bei den Stadtbüroleiter*innen (eher lokale Probleme, z. B. Stationswünsche) und im Management (Erkennen von Häufungen). Darüber hinaus werden Kund*innenwünsche in Bezug auf die Nutzung der Dienstleistung über Buchungswebseite und -App erfasst, von der IT-Abteilung bewertet und entsprechend der Erfordernisse und Möglichkeiten umgesetzt.

Über den kommentierbaren Blog-Bereich auf der Webseite, Social-Media-Kanäle und zweijährliche Kund*innenvollbefragungen zu Zufriedenheit und Verbesserungsmöglichkeiten gibt es weitere Instanzen bzw. etablierte Abläufe für die Erfassung und Verarbeitung von Kund*innenwünschen und Reklamationen. Die Auswertung erfolgt regelmäßig im Fach- und Führungskräftekreis sowie lokal vor Ort, z. T. unter Wiedervorlage.

In der alltäglichen Sachbearbeitung sind Rechnungsreklamationen, Beschwerden zum Zustand der Fahrzeuge oder Stationen und Auseinandersetzungen zu Schäden bzw. Unfällen bestimmend. Hier gibt es Regeln zu Reaktionszeiten, Kulanz und eine grundsätzlich kund*innenorientierte Arbeitsweise, die ein freundliches und pragmatisches Vorgehen absichern. Etwaige Vertragsstrafen und Aufwandsentschädigungen laut AGB sind im Branchenvergleich sehr niedrig angesetzt und nicht darauf ausgelegt, die Gewinnspanne zu steigern. Im Berichtszeitraum wurde die Einführung eines Ticketsystems zur Strukturierung und Vereinheitlichung in der Kund*innenbetreuung vorangetrieben.

Der innovative Charakter unserer Kund*innenbeziehung zeigt sich in der aktiven und umfangreichen Beteiligung der Kund*innen in allen Fragen der Unternehmensentwicklung, sodass von einer aktiven teilAuto-Community gesprochen werden kann. Der regelmäßig erscheinende Newsletter hat für jeden Artikel eine eigene Kommentarfunktion. Sobald der Newsletter verschickt wurde, kommen in kürzester Zeit sehr viele Kommentare von Kund*innen unter die Artikel, teilweise mit regen Diskussionen untereinander. Die Community gibt viele Verbesserungsvorschläge sowie Ideen zur Weiterentwicklung, unterstützt auch bei der Suche neuer Stationen

oder von Lagerräumen vor Ort. Auch bei der Suche nach neuen Mitarbeitenden stellt unser Kund*innenstamm die verlässlichste Quelle für geeignetes Personal dar.

**Übersicht Budgets für
Marketing, Verkauf, Werbung:
Ausgaben für Maßnahmen bzw.
Kampagnen**

2024

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketingbudget Overhead (Stellplatzeinrichtungen, Beschilderungen, Fahrzeugbeklebungen)	278.000	31,59
Marketingbudget Überregional (mitteledeutschlandweite Projekte, Jahreskampagnen)	318.000	36,14
Marketingbudget Lokal (lokale Öffentlichkeitsarbeit und regionale Kooperationen)	103.000	11,7
Marketingbudget IT (Pflege und Unterhaltung Webseite und Apps)	142.000	16,14
Marketingbudget Kommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)	39.000	4,43

2023

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketingbudget Overhead (Stellplatzeinrichtungen, Beschilderungen, Fahrzeugbeklebungen)	107.500	29,37
Marketingbudget Überregional (mitteledeutschlandweite Projekte, Jahreskampagnen)	100.500	27,46
Marketingbudget Lokal (lokale Öffentlichkeitsarbeit und regionale Kooperationen)	86.000	23,5
Marketingbudget IT (Pflege und Unterhaltung Webseite und Apps)	43.000	11,75
Marketingbudget Kommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)	29.000	7,92

2022

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketingbudget Overhead (Stellplatzeinrichtungen, Beschilderungen, Fahrzeugbeklebungen)	95.000	27,7
Marketingbudget Überregional (mitteledeutschlandweite Projekte, Jahreskampagnen)	120.000	37

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketingbudget Lokal (lokale Öffentlichkeitsarbeit und regionale Kooperationen)	41.500	12,8
Marketingbudget IT (Pflege und Unterhaltung Webseite und Apps)	54.000	16,62
Marketingbudget Kommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)	14.500	4,5

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024

100 %

2023

100 %

2022

100 %

Es gibt keine klassischen Verkäufer*innen/ Vertriebsmitarbeitenden, die provisions- und/ oder umsatzabhängig bezahlt werden.

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024

0 %

2023

0 %

2022

0 %

Es gibt keine klassischen Verkäufer*innen/ Vertriebsmitarbeitenden, die provisions- und/ oder umsatzabhängig bezahlt werden.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2024

Nein

2023

Nein

2022

Nein

Es gibt keine direkten Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens. Die Regionalleiter*innen haben einen Korridor für die Fahrzeugauslastung (dieser ist im Unternehmensleitbild festgeschrieben), der den Umsatz indirekt mitbestimmt. Demnach soll die Jahreszielauslastung im Bereich 35 % bis 45 % liegen und in Spitzenlastzeiten (z. B. am Wochenende oder in den Ferienzeiten) 60 % nicht überschreiten, damit das Angebot auch für Kund*innen attraktiv genug bleibt und Buchungswünsche ausreichend realisiert werden können.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Genderneutrale Sprache in der Unternehmenskommunikation

Eine konsequente Verwendung von genderneutraler Sprache in allen Kommunikationsbelangen wurde umgesetzt, hierzu wurde ein unternehmensweites Konzept zur genderneutralen Sprache eingeführt.

Barrierefreie Gestaltung der Unternehmenswebseite

Anforderungen der Barrierefreiheit wurden in der Gestaltung der Unternehmenswebseite umgesetzt.

Vorbereitungen zur Einführung eines Ticketsystems in der Kund*innenbetreuung

Im Berichtszeitraum wurde die Einführung eines Ticketsystems zur Strukturierung und Vereinheitlichung in der Kund*innenbetreuung vorangetrieben.

Kund*innenbefragung 2024

2024 wurde eine weitere standardisierte Kund*innenvollbefragung durchgeführt. Die Ergebnisse sind [hier](#) zu finden.

Kommunikation zur Positionierung anlässlich der Wahlen 2024

Anlässlich der zahlreichen Wahlen im Jahr 2024 positionierte sich das Unternehmen öffentlich gegen Hass und Hetze. Es gab Kommunalwahlen in allen drei teilAuto-Bundesländern, Europawahlen sowie Landtagswahlen in Sachsen und Thüringen. In der Positionierung wurden verschiedene Initiativen für ein weltoffenes, demokratisches Miteinander vorgestellt. Die Positionierung ist [hier](#) zu finden.

Kommunikation zur Umwandlung in eine Genossenschaft

Die Kund*innen wurden über verschiedene Kanäle regelmäßig zu den Planungen der Genossenschaftsumwandlung informiert. Zudem fand 2023 ein Auftaktworkshop statt, an welchem auch Kund*innen teilnahmen. Die Gründe für die Umwandlung in eine Genossenschaft wurden transparent dargelegt und stießen auf viel Zustimmung seitens des Kund*innenstammes.

Kommunikation zur Kund*innenkarte

Die Kund*innen wurden mehrfach und auf verschiedenen Wegen über die Umstellung der Zugangstechnik auf App-Öffnung und die damit einhergehende Abschaffung der Kund*innenkarte (für Kund*innen die sich vor 2020 registriert haben) informiert. Die Kommunikation erfolgte bereits sehr frühzeitig und in regelmäßigen Abständen, denn die Umstellung der Zugangstechnik wird erst Anfang 2026 abgeschlossen sein.

Einbeziehung der Kund*innen in Job- und Stationssuche

Im Berichtszeitraum wurden Kund*innen in die Suche neuer Stationen einbezogen. So konnten Ideen über Social Media, per E-Mail oder die Kommentarfunktion der Webseite eingebracht werden. Auch Jobangebote wurden im Newsletter allen interessierten Kund*innen kommuniziert.

Öffentliche Aufrufe zur Teilnahme an Stadtradeln, Autofasten etc.

Unterstützung vor Ort

Kund*innen werden direkt einbezogen in die Unterstützung der Projekte vor Ort. So erfolgen regelmäßig Aufrufe im Newsletter an die Berührungsgruppen. Neben der Suche nach ehrenamtlichen Fahrzeugbetreuer*innen in kleineren Städten, umfasst dies beispielsweise die Bereitstellung von Lagerräumen (zuletzt in Jena).

Kund*inneninformation zur Entwicklung der E-Mobilität

Diversifizierung der Kund*innenkommunikation

Während im vorherigen Berichtszeitraum der Fokus der Kommunikation auf Transparenz während der Covid-Pandemie lag, konnte die Palette der Kommunikationsthemen vergrößert werden. Diese reichte vom Abbau von Barrieren für Kund*innen über transparente Produktinformationen und Änderungen des Zugangssystems bis hin zu politischen Positionierungen. Hierdurch konnte die

Kommunikation mit der Berührungsgruppe breiter aufgestellt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Regelmäßige Kund*innenbefragungen

Finale Einführung des Ticketsystems in der Kund*innenbetreuung

Die Umsetzung soll 2025 vollzogen werden.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Die Nutzung von Carsharing kann nur mit einer gültigen Fahrerlaubnis erfolgen. Es bestehen keine „Abofallen“, eine Kündigung ist jederzeit mit sechs Wochen Vorlauf zum Quartalsende möglich.

Welche benachteiligten Kund*innen-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Über die gesetzliche Notwendigkeit des Fahrerlaubnisbesitzes gibt es eine Hürde zur Nutzung der Dienstleistung, die nicht beseitigt werden kann. Darüber hinaus bestehen Einschränkungen in kultureller, intellektueller und finanzieller Art und Weise. Wesentliche Informationen werden auch in englischer Sprache angeboten. Ein differenziertes Tarifsysteem sichert unterschiedlichen Nutzungsbedürfnissen von Wenigfahrer*innen bis hin zu Vielfahrer*innen optimale Preise im Einklang mit der ökonomischen Notwendigkeit. Für nicht selbstfahrende Nutzer*innen, bspw. Rollstuhlfahrer*innen ohne eigene Fahrerlaubnis, die auf fremde Hilfe angewiesen sind, bestehen Sonderregelungen.

Grundlegende Informationen zur Nutzung (Tanken, Sauberkeit, Schadenmeldungen, Verhalten bei Unfällen) werden sowohl online als auch im Fahrzeug (Bordbuch) vorgehalten und lesbar aufbereitet. Bei den AGB und der Datenschutzerklärung wurde trotz Komplexität auf Übersichtlichkeit geachtet, sodass in diesen online auch nach einzelnen Artikeln oder Bestimmungen gesucht werden kann.

Die Fahrzeugstationen werden nach Möglichkeit aufgrund ihrer leichten Zugänglichkeit und Einsehbarkeit ausgesucht (24/7, keine Angsträume, keine physischen Hürden wie Tor, Poller o. ä.) und nach Möglichkeit deutlich ausgewiesen.

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/ Dienstleistungen erleichtert?

Der Zugang zur Dienstleistung erfolgt im ersten Schritt über die Webseite, auf welcher Preise, Funktionsweise und Registrierungsablauf erklärt werden. Die Registrierung erfolgt ebenfalls über die Webseite. Um diese allen Gruppen zugänglich zu machen, wurde die Webseite nach den Anforderungen der Barrierefreiheit umgestaltet. So findet sich ein Kontrastschalter auf allen Haupt- und Unterseiten, eine Version in leichter Sprache, Alternativtexte für Bilder sowie eine Erklärung zur Barrierefreiheit auf der Webseite.

Einkommensschwache (Studierende) und Stammkund*innen des ÖPNV können mit einem Sondertarif die Dienstleistung nutzen. Technisch Ungeübten wird Hilfe bei der Nutzung der Dienstleistung angeboten (z. B. Vorstellung neuer Fahrzeuge im Newsletter oder auf der Webseite, Workshops zur Ladesäulennutzung). Es gibt eine rabattierte Nutzungsmöglichkeit für Rollstuhlfahrer*innen und deren Beauftragte.

Die Flotte umfasst spezielle Großraumfahrzeuge für Familien, in allen Fahrzeugen (Ausnahme Lieferwagen und Transporter) befinden sich Kindersitzerhöhungen. Weitere Kindersitze können nach Bedarf gegen eine symbolische Pauschale (2 €/Woche) langfristig entliehen werden.

Für Kund*innen, deren Bonitätsprüfung (Schufa) nicht ausreichend positiv ausfällt, besteht die Möglichkeit, durch Zahlung einer höheren Sicherheitsleistung (Kautions) Zugang zum Carsharing zu erhalten.

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlerorientierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten?

Für Geschäftskund*innen gibt es eine sehr niedrigschwellige Nachlasssystematik, sodass auch kleinere und gemeinwohlorientierte Unternehmen sehr schnell zu den höchsten Rabatten kommen können. Großabnehmer*innen bekommen keine Nachlässe, die über die normalen Kosten für einen kostendeckenden Betrieb hinausgehen. Die Preise sind insgesamt margenschwach kalkuliert.

Für ehrenamtliche Vereine und gemeinnützige Unternehmungen gibt es die Möglichkeit zur Nutzung der Fahrzeuge zu Grenzkosten, immer unter Einschluss der Energiekosten. Im Regelfall wird bei eingetragenen Vereinen auf die Hinterlegung von Sicherheitsleistungen (Kautions) verzichtet. Auch gibt es regelmäßig, wenngleich unsystematisch Sponsoring-Aktionen oder Fahrtgutschriften bei Veranstaltungen von gemeinnützigen Organisationen (z. B. VCD im Rahmen der Europäischen Woche der Mobilität).

Unabhängig der tatsächlichen B2B-Tarife der Carsharing-Kooperationspartner*innen untereinander zahlen alle Kund*innen einheitliche Quernutzungstarife bei einer Nutzung des Angebots anderer Carsharing-Organisationen (sog. bundesweiter Tarif).

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

Der Umsatzanteil ist hierfür kaum ermittelbar, jedoch können als „benachteiligt“ auf Grundlage der Kund*innenerhebung 2024 folgende Gruppen angesehen werden:

- Eltern/ Familien mit Kindern im eigenen Haushalt: ca. 56 % der Kund*innen leben in Haushalten mit drei oder mehr Personen, der Großteil (44 %) davon mit Kindern;

- Nichterwerbstätige (Schüler*innen, Studierende, Arbeitslose, Hausfrau/ -mann, Personen in Elternzeit oder FSJ/ FÖJ/ BFD, Erwerbsunfähige): dieser Anteil beträgt ca. 10,1 %.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Barrierefreie Gestaltung der Unternehmenswebseite

Anforderungen der Barrierefreiheit wurden in der Gestaltung der Unternehmenswebseite umgesetzt.

Vereinfachung der Online-Anmeldung

Die Online-Anmeldung für Kund*innen wurde im Berichtszeitraum vereinfacht. Für die Kontrolle der Fahrerlaubnis konnte eine neue technische Lösung gefunden werden, die für Kund*innen deutlich schneller und unkomplizierter funktioniert.

Technische Vorbereitungen zur digitalen Anlage von Tarifpartner*innen

Im Berichtszeitraum wurden die technischen Grundlagen dafür geschaffen, dass Tarifpartner*innen sich selbst über eine Online-Maske eintragen können. Die Umsetzung soll 2025 vollzogen werden.

Vereinfachung der Nutzung der Dienstleistung

Im Jahr 2022 wurde die Verkürzung von Buchungen für Kund*innen automatisiert. D. h. sobald eine Buchung durch Verschließen des Fahrzeuges beendet wurde, kürzte sich

die Buchungszeit der/ des Kund*in automatisch ein. Für das Unternehmen war dies mit einem Umsatzverzicht verbunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umsetzung der digitalen Anlage von Tarifpartner*innen

Prüfung der Einführung von Sozial- oder Solidartarifen

Es ist eventuell zu prüfen, ob die Einführung von Sozial- oder Solidartarifen soziale Ungleichheiten abfedern kann.

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Es gibt keine unethischen Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen. Beschwerden o. a. Auffälligkeiten sind nicht bekannt bzw. wurden intern oder extern thematisiert.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Immer wieder ergänzen wir die neutrale Produktinformation mit gestalteter Imagewerbung, die aufmerksam machen soll und die Dienstleistung in neue Kontexte stellt (bspw. Kampagne 2019: „Kraftstoff/ Stellplatz/Fuhrpark inklusive“).

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

2024
100 %

2023
100 %

2022
100 %

Der Anteil kann mit 100 % angegeben werden – es werden ausschließlich ethische Kampagnen konzipiert.

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2024
0 %

2023
0 %

2022
0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine unethischen Werbemaßnahmen

Im Berichtszeitraum gab es keine Werbemaßnahmen, die unethisch waren.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Analyse der Kampagnenentwürfe

Detaillierte Analyse der Kampagnenentwürfe im Vorfeld u. a. auch im Hinblick auf missverständliche oder versteckt unethische/ diskriminierende Aussagen.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Wir arbeiten sowohl über den Carsharing-Verbund von cantamen mit verschiedenen Carsharing-Unternehmen wettbewerblich im eigenen Bediengebiet (Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen) zusammen, als auch außerhalb unseres Bediengebietes mit anderen Carsharing-Organisationen bzw. ebenfalls über den cantamen-Verbund. Ziel dessen ist es, die „Quernutzung“ von Carsharing zu vereinfachen, d. h. die Nutzung von unternehmensfremden Fahrzeugen durch unternehmensgebundene Kund*innen und umgekehrt. Die Vereinfachung ergibt sich durch Branchenstandards (vergleichbare Fahrzeugklassen), eine einheitliche Abrechnung und ein standardisiertes Buchungs-, Zugangs- und Abrechnungssystem.

Darüber hinaus arbeiten wir im Bundesverband Carsharing e. V. aktiv mit den organisierten Kolleg*innen regional und überregional zusammen und tauschen uns aus. Seit Jahren ermöglichen wir einem Mitarbeiter die ehrenamtliche Verbandsarbeit als Vorstand und unterstützen den Verband bei der Organisation und Durchführung von Fachtagungen etc., beteiligen uns durch Facharbeit (z. B. Blauer Engel, Stiftung Warentest, Kund*innenbefragungen, Forschungsprojekte) und profitieren umgekehrt auch von den Kommunikationsmöglichkeiten und Informationswegen innerhalb des Verbandes.

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

Über den cantamen-Verbund hinaus arbeiten wir auch mit anderen Carsharing-Organisationen und -Systembetreiber*innen zusammen. Die Zusammenarbeit mit nicht-gemeinwohlorientierten, Venture-Kapital-getriebenen Angeboten bzw. den Carsharing-Angeboten von Automobilhersteller*innen ist nicht geplant.

Wir führen laufend Gespräche mit künftigen Kooperationspartner*innen u. a. aus dem Bereich des ÖPNV und der Wohnungswirtschaft mit dem Ziel gemeinsamer Kund*innenbeziehungen und Angebotsattraktivierung.

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Mit bestimmten Mitunternehmen (z. B. cambio, book-n-drive, verschiedene Stadtmobil-GmbHs, scouter) tauschen wir uns über alle betrieblichen, organisatorischen und strategischen Belange aus. Zwischen book-n-drive und dem Unternehmen ist sogar ein Mitarbeiter institutionalisiert, der den Austausch und die Zusammenarbeit fördern soll. Mit den direkten Mitbewerber*innen (z. B. JETZT mobil Halle) sind wir in regelmäßigem Austausch im Rahmen eines Konsortiums sowie im Rahmen einer Kooperation für die betriebliche Nutzung von Carsharing der Stadtverwaltung Halle/ Saale, wo ebenfalls ein Mitarbeiter eingebunden ist. Darüber hinaus gibt es Zusammenarbeit im Rahmen von Fachtagungen und regelmäßigen Veranstaltungen des cantamen-Verbundes. Ein weiterer Mitarbeiter ist ehrenamtlich im Vorstand des Vereines "Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.", der sich um die Entwicklung und Etablierung ehrenamtlich organisierter Carsharing-Angebote in der Fläche kümmert und mit einem umfassenden Beratungsangebot Interessierte dabei unterstützt, ein neues Carsharing-Angebot in

ihrer Stadt oder Gemeinde aufzubauen.

Wissen und Informationen werden darüber hinaus regelmäßig und institutionalisiert in den Strukturen des Bundesverbandes Carsharing geteilt. Neben der Teilnahme an Jahrestagungen gibt es einen regelmäßigen Austausch auf Geschäftsführerebene sowie themenbezogen auf Fachbereichsebene. Zusätzlich zu einem Mitarbeiter im Vorstand des Bundesverbandes Carsharing beteiligen sich verschiedene Mitarbeitende im Rahmen von Fachtagungen sowie durch Facharbeit wie bspw. Blauer Engel, Stiftung Warentest, Kund*innenbefragungen, Forschungsprojekte.

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/ werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Im cantamen-Verbund, aber auch darüber hinaus, sind wir im ständigen Austausch mit den Kolleg*innen zur Harmonisierung und Verbesserung von Abläufen. Im Berichtszeitraum wurde die Zusammenarbeit zur Vereinheitlichung und Erhöhung der Branchenstandards ausgebaut. Es wurden Regeltermine im cantamen-Verbund geschaffen, in denen die Ziele und Prioritäten bei der Verbesserung der Systeme besprochen und abgestimmt werden. Zusätzlich wurden Arbeitsgruppen gegründet, um themenbezogen gemeinsame Lösungsansätze zu entwickeln:

- IT-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung des Buchungssystems)
- Kund*innen-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung der kund*innenbezogenen Prozesse)
- Fuhrpark-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung der fuhrparkbezogenen Prozesse)
- Servicezentralen-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung der hotlinebezogenen Prozesse und Schaffung von Standardabläufen gemeinsam mit dem Dienstleister)

Zusätzlich finden regelmäßig zwei verschiedene Geschäftsführungs-Runden im cantamen-Verbund statt, an denen wir uns beteiligen.

Ein wichtiger Fokus zur Erhöhung der Branchenstandards im Bereich Ökologie ist die Mitarbeit unseres Geschäftsführers an den Vergabegrundlagen des Umweltzeichens Blauer Engel. Als Zeichennehmer des Umweltzeichens engagieren wir uns mit anderen Branchenvertreter*innen beim Umweltbundesamt für eine einheitliche Branchenlösung in Bezug auf die umweltfreundlichere Ausgestaltung der Carsharing-Flotten und der Dienstleistungsstandards.

Zusätzlich wird ein aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) durch unsere Mitgliedschaft und Mitarbeit im Bundesverband Carsharing e. V. Geleistet.

Im Berichtszeitraum konnten durch unser aktives Handeln verschiedene Verbesserungen erwirkt sowie durch uns entwickelte Ideen umgesetzt werden. Dazu zählt die Online-Kund*innenfreischaltung, hieraus resultierend eine deutliche Vereinfachung der Anmeldung, sodass der gesamte Prozess nunmehr lediglich 10 Minuten dauert. Zudem die automatische Verkürzung der Buchungsdauer, welche finanzielle Vorteile für die Kund*innen sowie eine höhere Auslastung der Fahrzeuge ermöglicht. Weitere Beispiele sind: Falschparker-Meldung per App, Ausbau der digitalen Kund*innenakte mit Bearbeitungs- und Historienmodus, Ausweitung der bundesweiten Quernutzung, Verbesserungen in der Fahrzeugakte sowie viele Punkte zur verbesserten Darstellung in der App für mehr Benutzer*innenfreundlichkeit. Wir verstehen uns hier als treibende Kraft, die konkrete Veränderungen bewirkt und innovative Lösungen erkämpft. Diese Rolle innerhalb des Verbundes wird uns auch durch andere Carsharing-Organisationen rückgemeldet.

Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/Jahr?

2024

1.275,08 Stunden

2023

1.365,44 Stunden

2022

1.315,24 Stunden

10 % der Gesamtarbeitsstunden der Stadtbüroleitenden sowie der Kommunikationsverantwortlichen.

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2024

10 %

2023

10 %

2022

10 %

Dieser Anteil ist schwer qualifizierbar und quantifizierbar, er beträgt ca. 10 %.

Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt?

2024

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	250	
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	

2023

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	180	
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	

2022

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	120	
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	

Die Kooperation mit anderen Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen, erfolgt zumeist über die Arbeitsgruppen im cantamen-Verbund sowie im Bundesverband Carsharing e. V. Dies sind also keine klassischen Produktkooperationen, sondern Austausch und gegenseitige Unterstützung. Dementsprechend kann kein erzielter Umsatz angegeben werden.

Unternehmen der gleichen Branche, die eine andere Zielgruppe ansprechen, sind uns nicht bekannt.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Nein

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Zivilgesellschaftliche Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen /qualitativen Branchenstandards gibt es nicht bzw. sind uns nicht bekannt.

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying): durch unsere Mitgliedschaft und Mitarbeit im Bundesverband Carsharing e. V. tragen wir aktiv zur Etablierung gesetzlicher Branchenstandards bei.

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards: als Zeichennehmer des Umweltzeichens (Blauer Engel) engagieren wir uns mit anderen Branchenvertreter*innen beim Umweltbundesamt für eine einheitliche Branchenlösung in Bezug auf die umweltfreundlichere Ausgestaltung der Carsharing-Flotten und der Dienstleistungsstandards.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Regelmäßiger Austausch mit Carsharing-Organisationen

Bspw. cambio, book-n-drive, Stadtmobil Stuttgart, Stadtmobil Rhein-Neckar, Stadtmobil Karlsruhe, Stadtmobil Rhein-Ruhr, Stadtmobil Hannover, JETZT mobil, scouter.

Ausbau der Zusammenarbeit zur Vereinheitlichung und Erhöhung der Branchenstandards

Es wurden Regeltermine im cantamen-Verbund geschaffen, in denen die Ziele und Prioritäten bei der Verbesserung der Systeme besprochen und abgestimmt werden. Zusätzlich wurden Arbeitsgruppen gegründet, um themenbezogen gemeinsame Lösungsansätze zu entwickeln:

- IT-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung des Buchungssystems)
- Kund*innen-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung der kund*innenbezogenen Prozesse)
- Fuhrpark-Arbeitsgruppe (zur Verbesserung der fuhrparkbezogenen Prozesse)
- Servicezentralen-Arbeitsgruppe (Verbesserung der hotlinebezogenen Prozesse und Schaffung von Standardabläufen gemeinsam mit dem Dienstleister)

Zusätzlich finden regelmäßig zwei verschiedene Geschäftsführungs-Runden im cantamen-Verbund statt, an denen wir uns beteiligen.

Ein Mitarbeiter im Vorstand des Bundesverbandes Carsharing e. V.

Wir ermöglichen die ehrenamtliche Arbeit im Vorstand des bcs für einen Mitarbeiter in den Jahren 2022 und 2023.

Mitarbeit an den Vergabekriterien des Umweltzeichens Blauer Engel

Einer der beiden Geschäftsführer arbeitete an den Vergabegrundlagen des Umweltzeichens Blauer Engel mit, gemeinsam mit anderen Branchenvertreter*innen beim Umweltbundesamt.

Umsetzung verschiedener lokaler und regionaler Kooperationen**Verbesserungspotenziale/Ziele****Weiterführung der kontinuierlichen Zusammenarbeit****Kaum Verbesserungspotenziale**

Es werden bereits alle Maßnahmen ausgeschöpft, sodass es kaum noch Verbesserungspotentiale gibt.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen**Berichtsfragen**

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

In der Vergangenheit gab es immer wieder Angebote an Carsharing-Gründungen, teilweise auch deren Übernahme, wenn diese – weil wirtschaftlich nicht mehr tragfähig – eingestellt wurden (z. B. Dessau, Görlitz, Freiberg, Halberstadt, Magdeburg). Über die Inanspruchnahme von Dienst- und Lieferleistungen durch Rahmenabkommen des Bundesverbandes Carsharing (bspw. Versicherung, Fahrzeugkauf) sichert das Unternehmen branchenintern auch kleineren Carsharing-Organisationen dauerhaft attraktive und wirtschaftlich tragfähige Konditionen.

Das Unternehmen unterstützt uneigennützig andere Carsharing-Organisationen mit der Weitergabe von Know-how. Wissen und Informationen werden regelmäßig und institutionalisiert in den Strukturen des Bundesverbandes Carsharing geteilt, zudem auch im bilateralen Austausch mit einzelnen Carsharing-Organisationen.

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Der Anteil ist schwer zu beziffern, da er nicht erfasst wird bzw. kaum erfassbar ist. Es gibt regelmäßige personelle Unterstützung für Autohäuser und Werkstätten in Form von Beratung und Hilfestellung bei Reparaturarbeiten (z. B. Zubringerdienste im Zuge Reifenwechsel). Das Servicemobil Leipzig erhält dauerhaft Ergänzungsleistungen für die Betreuung der Hallenser Fahrzeugflotte in Form einer Kompensation der Personalkosten.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Hierfür ergeben sich insofern keine Anlässe, da die Kund*innen über die Nutzung („Auftragsvergabe“) selbständig entscheiden. Im B2B-Bereich werden insbesondere Anfragen, die sich vorrangig auf die Verfügbarmachung von Carsharing-Buchungstechnik beziehen, an Mitunternehmen vermittelt.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an	0	0	0

Unternehmen der gleichen Branche			
----------------------------------	--	--	--

Hierfür ergab sich bislang kein Anlass.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Weitergabe von Wissen und Unterstützung anderer Carsharing-Organisationen

Verbesserungspotenziale/Ziele

Zunächst keine Ausweitung

Aufgrund der kleinen Personaldecke soll am Bisherigen festgehalten werden, eine Ausweitung von Unterstützungsleistungen ist zunächst nicht geplant.

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

Im Fall zunehmenden Wettbewerbs sind möglicherweise gegenseitige Störungen bzw. Hemmnisse bei der Suche nach Fahrzeugstandorten und bei der Neukund*innengewinnung zu erwarten. Von sich aus unternimmt das Unternehmen keine Anstrengungen, Wettbewerb an sich oder den Start neuer Angebote zu verhindern bzw. andere Unternehmen im Vorfeld zu blockieren oder gar zu schädigen.

Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Im Fall des Hallenser Mitbewerbers JETZT mobil können unsere Kund*innen nicht auf die Fahrzeuge des Mitunternehmens zugreifen. Hintergrund ist u. a., dass ein fairer Wettbewerb aufgrund des seit Start fortgesetzten Preisdumpings durch den Mitbewerber bis heute nicht gegeben ist und eine Zugangsbeschränkung dem Selbstschutz des eigenen Angebots dient.

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

2024
Nein
2023
Nein
2022
Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2024
Nein
2023
Nein
2022
Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2024
Nein
2023
Nein

	2022	Nein
Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?	2024	Nein
	2023	Nein
	2022	Nein
Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?	2024	Nein
	2023	Nein
	2022	Nein
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Kein Anlass	Hierfür bestand kein Anlass.
Verbesserungspotenziale/Ziele	Kein Anlass	Hierfür besteht kein Anlass.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Berichtsfragen

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Carsharing entlastet Umwelt und Verkehr. Carsharing-Kund*innen verlagern viele Wege, die nicht notwendigerweise ein Auto erfordern, auf geeignetere und ökologisch weniger bedenkliche Verkehrsträger. Sie schaffen in beträchtlichem Umfang eigene Autos ab. Die Carsharing-Fahrzeugflotten sind zudem energieeffizienter und stoßen weniger CO₂ aus als der Durchschnitt des nationalen Pkw-Bestandes. Das macht Carsharing zu einem wichtigen Baustein für einen umweltfreundlicheren Verkehr.

Es besteht darüber hinaus kaum Einfluss auf die Weiternutzung bzw. -verwertung nach Ablauf der kalkulierten Laufzeit eines Fahrzeugs. Im Gegensatz zur Autovermietung wird jedoch auf eine ausreichend hohe Laufzeit im Wertschöpfungszyklus geachtet, sodass die aus der Dienstleistung ausscheidenden Fahrzeuge weder Treiber für den Gebrauchtmärkte noch für die Neufahrzeugbeschaffung werden können. So beträgt bspw. die Haltedauer von Fahrzeugen bei Autovermietern i. d. R. maximal sechs Monate, wohingegen die Pkw im Carsharing im Durchschnitt drei Jahre gehalten werden, Transporter/ Busse auch vier bis fünf Jahre.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Carsharing führt zu einer Änderung im Mobilitätsmix mit besserer CO₂-Bilanz: Laut Kund*innenbefragung 2024 besitzen 78 % der Haushalte kein eigenes Auto (mehr). Seit der Teilnahme am Carsharing nutzen 13 % der Kund*innen häufiger den ÖPNV. Diese Zahlen korrelieren auch mit ähnlichen [Branchenerhebungen](#).

Die Dienstleistung Carsharing an sich reduziert die Umweltauswirkungen der Nutzung von Kraftfahrzeugen auf ein Minimum (ein Carsharing-Fahrzeug ersetzt zwischen acht und zwanzig private Pkw, im mittleren Verhältnis 1:7 bis 1:10). Der neue [Evaluationsstandard](#) des Bundesverbandes Carsharing wurde für die Kund*innenbefragung 2024 angewendet. Ergebnis ist eine Ersetzungsquote von 1:9,4 für das gesamte Geschäftsgebiet von teilAuto. Für Leipzig wurde sogar eine Ersetzungsquote von: 1:13,2 bescheinigt.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Die wesentliche Strategie ist die Trennung von Eigentum und Nutzung eines Pkw. Zudem wird über die Kostentransparenz beim Carsharing ein fairer Alternativenvergleich innerhalb des Umweltverbundes (Fuß, Rad, ÖV [Bus und Bahn] und Carsharing) bzw. die Kombination von Verkehrsmitteln möglich. Dies führt ohne weitere Anreize oder Beschränkungen zu den positiven Wirkungen von Carsharing.

Konkret stationsbasiertes Carsharing bietet die Sicherheit eines frei verfügbaren Stellplatzes und vermindert so Parksuchverkehr. Im Gegensatz zu privaten Carsharing-Angeboten, die individuell auf einer Plattform von verschiedenen Fahrzeughaltern

angeboten werden, zeichnet sich professionell organisiertes Carsharing neben der Gewährleistung vergleichbarer Nutzungsstandards vor allem dadurch aus, dass Pkw-Eigentum generell nicht an eine natürliche Person gebunden ist. Angebotserträge unterliegen zugleich strengen betriebswirtschaftlichen Auflagen und bieten keinen Anreiz zur selbständigen Fahrzeughaltung durch Fixkostenminimierung bei privaten Nutzer*innen. Die Abrechnung nach klar definierten kurzen Zeiteinheiten (ab einer Stunde, pro Einzelkilometer) führt zu einer hohen Kostentransparenz und zugleich effizienten Nutzung durch möglichst viele Nutzer*innen.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Als mögliche „negative“ Auswirkungen ist der Gebrauch von Pkw und die Verbrennung von Kraftstoffen zu nennen. Dem gegenüber steht, dass das Tariffsystem keinen Anreiz zur höheren Fahrzeugnutzung über den eigentlichen Wegezweck hinaus (etwa durch Pauschaltarife) bietet; dies schreibt auch die Einhaltung der [Carsharing-Definition](#) des Bundesverbandes Carsharing und der [Kriterien](#) des Blauen Engels vor. Wir reduzieren die systemimmanenten Auswirkungen der Fahrzeugnutzung durch den Kauf von modernsten Fahrzeugen, die im Durchschnitt kleiner und energieeffizienter als der übrige Pkw-Bestand sind. Durch die verschiedenen Fahrzeugklassen wählen Kund*innen gezielter nach bestimmten Nutzungszwecken aus und optimieren damit Größe und Verbrauch der Fahrzeuge nach Bedarf und Verkehrsleistung. Der Anteil an Elektrofahrzeugen ist in Carsharing-Flotten und auch bei uns deutlich höher als im übrigen nationalen Pkw-Bestand.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Erneuerung des Fuhrparks nach den Beschaffungskriterien des Umweltzeichens Blauer Engel

Standardisierte Kund*innenumfrage 2024

Unter Verwendung des Evaluationsstandards des Bundesverbandes Carsharing.

Öffentliche Aufrufe zur Teilnahme an Stadtradeln, Autofasten etc.

Förderung des Fußverkehrs

Weihnachtsaktion zugunsten des FUSS e. V. zur Förderung des Fußverkehrs. Spenden im Rahmen der Abmeldung von Kund*innenkarten gingen an den Verein, u.a. auch zur Ausrichtung des Deutschen Fußverkehrspreises. Spende i. H. v. 11.000 €. Alle Informationen [hier](#).

Sensibilisierung zu kraftstoffsparender Fahrweise

Regelmäßige Aufklärung und Sensibilisierung der Kund*innen zu spritsparendem Fahren, zuletzt [hier](#).

Ermittlung und Kommunikation der Entlastungswirkung der eigenen Dienstleistung

Für die Kund*innenbefragung 2024 wurde der Evaluationsstandard zur Ermittlung der verkehrsentslastenden Wirkung des Bundesverbandes Carsharing angewendet. Die ermittelte Ersetzungsquote für das gesamte teilAuto-Land betrug 9,4. Die Ergebnisse wurden [hier](#) kommuniziert.

CO₂-Kompensation

Freiwillige CO₂-Kompensation über die DKV-Tankkarte. Jedes Mal, wenn Kund*innen die Tankkarte DKV Card CLIMATE benutzen, fließt ein CO₂-Aufschlag an myclimate Deutschland und von dort direkt in zertifizierte Klimaschutzprojekte überall auf der Welt, in denen CO₂ in dem Umfang kompensiert wird, wie durch die Verbrennung der getankten Menge Kraftstoff entsteht. Damit lassen sich Mobilität, Umweltschutz und aktive Verantwortung einfach und nachhaltig verbinden. Weil wir dem Gemeinwohl verpflichtet sind, legen wir die daraus entstehenden Mehrkosten nicht einfach auf den Mietpreis für die Fahrzeuge – und damit auf die Kund*innen – um, sondern übernehmen die Kosten für mehr Klimafreundlichkeit selbst.

Die freiwilligen Ausgaben beliefen sich im Berichtszeitraum auf:

2022: 37.217,30 €

2023: 46.606,38 €

2024: 70.503,88 € (jeweils netto).

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weitere regelmäßige Kund*innenbefragungen

Mit dem Evaluationsstandard des Bundesverbandes Carsharing.

Erhöhung der Entlastungswirkung

Durch Ausweitung des Angebotes und Kund*innenwachstum.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Carsharing ist der einzige Geschäftszweck des Unternehmens und als solcher an sich bereits gelebte Suffizienz. Dahinter verbirgt sich die organisierte, gemeinschaftliche Nutzung von Kraftfahrzeugen, die im Rahmen der gesetzlich vorgeschriebenen Halterhaftung allen offensteht, sofern die diskriminierungsfrei und transparent gestalteten Voraussetzungen für die Teilnahme erbracht sind. Aufgrund der bestehenden Tariflandschaft werden keine Nutzungsszenarien begünstigt, die ein Mehr an Autonutzung zur Folge hätten, im Gegenteil. Aufgrund der höheren Auslastung von Carsharing-Fahrzeugen werden weniger Fahrzeuge für die gleiche Erfüllung von automobilen Fahrtwünschen gebraucht. Das entlastet die Produktionsemissionen. Insofern ist Suffizienz im Sinne eines genügsamen Umgangs mit dem Vorhandenen dem Geschäftszweck immanent.

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Es gibt keine Werbung, um Bedürfnisse zu wecken, keine Kredite, um Befriedigung zu finanzieren und keine geplante Obsoleszenz, um den Bedarf anzukurbeln. Die Geschäftsführung wirkt zusammen mit den Mitarbeitenden in einem gemeinsamen Grundkonsens gegen ein grenzenloses Wachstumsparadigma und versucht dabei, Kund*innen, Dienstleistende, Mitarbeitende und Gesellschafter einzubinden und von dieser Strategie zu überzeugen.

Indikatoren für die regelmäßige Auseinandersetzung sind u. a. die veröffentlichten (verkehrs- und gesellschafts-)politischen Standpunkte des Unternehmens, die eigene Wachstumsbeschränkung im Unternehmensleitbild auf das bestehende Bedienungsgebiet und die Kerndienstleistung Carsharing. Nicht zuletzt ist die Kritik an bzw. (öffentliche) Diskussion um die Pkw-Elektromobilität ein Nachweis für die Auseinandersetzung mit der Suffizienz und das Bemühen, vermeintlich allgemein feststehende Wahrheiten zu hinterfragen bzw. neu zu bewerten.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Die maßvolle Nutzung ist sowohl durch die Kostentransparenz und die exakte Abrechnung der tatsächlichen Nutzung (nutzungs-/ verbrauchsabhängige Abrechnung) gesichert als auch durch die Tarifstruktur an sich, die keine Anreize zu höheren Fahrleistungen als geplant setzt. Dies führt mittelfristig zu dem Lerneffekt, dass Carsharing-Nutzer*innen zunehmend weniger Auto fahren.

Zudem wird durch das Unternehmen regelmäßige Aufklärung und [Sensibilisierung](#) zu einer kraftstoffsparenden Fahrweise betrieben.

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Der Geschäftszweck Carsharing (hier Produkt und Dienstleistung) an sich zielt auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützt diese.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Die Kommunikation des Unternehmens zielt einzig und allein auf die Bekanntmachung von Carsharing im Allgemeinen, das konkrete teilAuto-Angebot und die positiven

Wirkungen der Verkehrsträger des Umweltverbundes im Besonderen ab. Da Carsharing an sich die maßvolle Nutzung des Pkw fördert, wird dies durch die Unternehmenskommunikation nur noch unterstützt. Die vielen Kooperationsprojekte mit lokalen ÖPNV-Unternehmen spiegeln sich auch in der Unternehmenskommunikation durch Rabattaktionen, Aufklärung und Motivation zur kombinierten Nutzung von Carsharing und ÖPNV wider. Weitere Beispiele sind die Bekanntmachung von [Lastenfahrradangeboten](#) im Bediengebiet oder die Förderung umweltfreundlicher Mobilität durch Verlosung von [Mobilitätsbudgets](#).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Sensibilisierung zu kraftstoffsparender Fahrweise

Regelmäßige Aufklärung und Sensibilisierung der Kund*innen zu spritsparendem Fahren, zuletzt [hier](#).

Weiterhin keinerlei Anreize zu übermäßiger Nutzung

Durch Kostentransparenz, die exakte Abrechnung der tatsächlichen Nutzung sowie die Tarifstruktur an sich.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Förderung übermäßiger oder künstlicher Nachfrage

Auch in Zukunft wollen wir an den gesetzten Zielen und gewählten Mitteln festhalten und insbesondere keine übermäßige oder künstliche Nachfrage produzieren.

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Dies wird in keinem Bereich (bewusst oder unbewusst) in Kauf genommen.

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Gerade die Preisgestaltung (nutzungsabhängige Kosten nach Zeit und Entfernung, keine Flatrate, keine Pauschalen – weder nach Zeit noch nach Kilometern –, keine Degression in Grenzkostenbereiche hinein) verhindert ein Nutzungsniveau, mit dem globale Belastungsgrenzen überschritten werden. Gemessen wird eher ein „Lerneffekt“ – die Menschen fahren im Verlauf ihrer Carsharing-Nutzung immer weniger Auto.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Aufgrund fehlender negativer Wirkungen ergab sich kein Verbesserungspotenzial.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kein Anlass

Aufgrund fehlender negativer Wirkungen ergibt sich kein Verbesserungspotenzial.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Konkrete Mitsprachemöglichkeiten für Kund*innen bestehen durch

- regelmäßige Kund*innenbefragungen,
- direkte Kontaktaufnahme über Webseite, E-Mail, Blog, Social-Media-Kanäle und telefonische Kontaktaufnahme – jeder einzelne Verbesserungsvorschlag/ jede einzelne Reklamation wird i. d. R. hierbei gewürdigt bzw. beantwortet,
- die Kommentarfunktion auf der Webseite,
- die Umwandlung in eine Genossenschaft zukünftig in deutlich größerem Umfang.

Die Kund*innenbefragungen werden per E-Mail, Social Media sowie die Webseite kommuniziert und in der Öffentlichkeitsarbeit begleitet, d. h. die Ergebnisse gegenüber den Kund*innen auch ausgewertet.

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Über die o. g. Beteiligungsinstrumente wird auch die Wirkung der Dienstleistung regelmäßig hinterfragt und wo möglich verbessert. Drei Beispiele illustrieren diese Prozesse:

- Die von Kund*innen geforderte Aufstockung der Flotte um mehr Elektrofahrzeuge führt dazu, dass nicht nur im Unternehmen ein Umdenken (Bsp.: E-Strategie bis 2024) stattfindet, sondern sich insgesamt auch die Flottenbilanz verbessert. Dadurch entspricht das Unternehmen nicht nur den Mindestvorgaben des Blauen Engels, sondern übertrifft diese.
- Die Forderung nach einer papierlosen Kund*innenkommunikation (Newsletter-/ Rechnungsversand) und die Produktion der Restmaterialien auf Ökopapier wurde umgesetzt. Der Versand erfolgt in der Regel heute elektronisch und ist deutlich weniger umweltschädlich.
- Kraftstoffsparende Fahrzeuge, der sparsame Einsatz von „Spaßfahrzeugen“ (Cabrio, Mini) und der Verzicht auf übermotorisierte und sinnfreie SUV und Premiumfahrzeuge sind als Konsens zwischen Kund*innen und Unternehmen vereinbart.
- Konkrete Standortvorschläge für neue Carsharing-Stationen (bspw. über den Blog oder per E-Mail) werden permanent geprüft und beantwortet; bei Standorten außerhalb des Bestands erfolgt eine Abstimmung bzw. Weitergabe von Vorschlägen an den assoziierten Verkehrswende in Kleinen Städten e. V., der sich um die Entwicklung und Etablierung ehrenamtlich organisierter Carsharing-Angebote in der Fläche kümmert.
- Bei sich abzeichnenden Engpässen werden Urlaubswünsche von Kund*innen vorab gesammelt und geprüft, um keine größeren Ungleichgewichte für andere Nutzer*innen entstehen zu lassen; ebenso werden nützliche Erfahrungsberichte von Kund*innen – bspw. mit E-Fahrzeugen – allen Nutzer*innen zugänglich gemacht.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Marktforschung (hier Kund*innenbefragung) wird ausschließlich zur Bestätigung der Zielerreichung (Autoabschaffquote, Zufriedenheit, Weiterempfehlungsquote) und der Dienstleistungsentwicklung/ -verbesserung eingesetzt. Daraus resultiert ein Marketingkonzept, das sehr auf die eigenen Kund*innen als Zielgruppe setzt, die ihre guten Erfahrungen mit der Dienstleistung weitertragen. Mund-zu-Mund-Propaganda ist seit jeher das verlässlichste und langlebigste Marketinginstrument – die Zufriedenheitswerte in verschiedenen Bereichen (Fahrzeuge, Verfügbarkeit, Stationen, Kundenservice, Webseite/ App) werden mit den Vorjahresergebnissen verglichen und analysiert, um daraus Konsequenzen für die weitere betriebliche Entwicklung zu ziehen.

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2024

100 %

2023

100 %

2022

100 %

Der Anteil beträgt 100 %. Der Ursprung des Unternehmens liegt im Carsharing-Verein. Noch heute sind viele der basisdemokratisch erarbeiteten Produkt- und Dienstleistungsrahmenbedingungen gültig (z. B. Preisliste, Fahrzeugklassensystematik) und werden weitgehend alle Veränderungen und Entwicklungen mit den Kund*innen öffentlich oder halböffentlich diskutiert und entschieden.

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

2024

100

2023

100

2022

100

Auch hier beträgt der Anteil 100 %. Nahezu alle Veränderungen und Entwicklungen, die mit den Kund*innen entschieden werden, werden auch einer sozial-ökologischen Prüfung unterzogen. Zwar ist die Prüfung pro sozial-ökologischer Verbesserung formal nicht verpflichtend niedergeschrieben; sie gehört aber zum Unternehmen, d. h. sie ist dem Geschäftszweck selbst eingeschrieben und ist damit selbstverpflichtend.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Schaffung neuer Stationen auf Wunsch der Kund*innen**Weitere Erhöhung des Anteils von E-Fahrzeugen auf Wunsch der Kund*innen****Kund*innenumfrage 2024**

Die Ergebnisse wurden [hier](#) veröffentlicht.

Einbeziehung der Kund*innen in Job- und Stationssuche

Im Berichtszeitraum wurden Kund*innen in die Suche neuer Stationen einbezogen. So konnten Ideen über Social Media, per E-Mail oder die Kommentarfunktion der Webseite eingebracht werden. Auch Jobangebote wurden im Newsletter allen interessierten Kund*innen kommuniziert.

Unterstützung vor Ort

Kund*innen werden direkt einbezogen in die Unterstützung der Projekte vor Ort. So erfolgen regelmäßig Aufrufe im Newsletter an die Berührungsgruppen. Neben der Suche nach ehrenamtlichen Fahrzeugbetreuer*innen in kleineren Städten, umfasst dies beispielsweise die Bereitstellung von Lagerräumen (zuletzt in Jena).

Vereinfachung der Nutzung der Dienstleistung

Im Jahr 2022 wurde die Verkürzung von Buchungen für Kund*innen automatisiert. D. h. sobald eine Buchung durch Verschließen des Fahrzeuges beendet wurde, kürzte sich die Buchungszeit der/ des Kund*in automatisch ein. Für das Unternehmen war dies mit einem Umsatzverzicht verbunden.

Vereinfachung der Online-Anmeldung

Die Online-Anmeldung für Kund*innen wurde im Berichtszeitraum vereinfacht. Für die Kontrolle der Fahrerlaubnis konnte eine neue technische Lösung gefunden werden, die für Kund*innen deutlich schneller und unkomplizierter funktioniert.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umfangreiche Kund*innen-Mitwirkung im Rahmen der Genossenschaft

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Die Kund*innen werden über die Dienstleistung Carsharing, die Möglichkeiten und Grenzen der Nutzung (Vor- und Nachteile), die Preise und Nutzungsbedingungen vollständig und umfänglich informiert (Webseite, Newsletter, Anfragen, Stammtische, Social Media).

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Die Auswirkung der Pkw-Nutzung, deren Betriebs- und Kraftstoffe sind allgemein bekannt. Wir werben darüber hinaus regelmäßig für eine material- und kraftstoffsparende Fahrweise (zuletzt [hier](#)). Über die Kostenbestandteile der Dienstleistung wird unregelmäßig, auf Anfrage jedoch offen und bereitwillig informiert.

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Grundlegend ist die Unterscheidung zwischen einer zeitlichen und einer streckenabhängigen Komponente, bei der der Kraftstoffanteil ausgewiesen inkludiert ist. Weitere Informationen werden nur bedingt und sehr sporadisch ausgegeben. Grund dafür ist auch, dass es nicht DIE Wertschöpfungskette gibt – die Preiszusammensetzung ist stadt- und auslastungsabhängig, zudem gibt es preisschwankende Komponenten wie Kraftstoff und Versicherung sowie lokale Unterschiede, bspw. bei den Stellplatzkosten.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Carsharing entfaltet hinsichtlich der sozioökologischen Belastungen eine minimal negative bzw. maximal positive Wirkung. Insofern fallen die Belastungen wesentlich geringer aus, als ohne die Dienstleistung erreichbar wäre:

- Verkehrsflächen, insbesondere für Parkraum, werden in einer Größenordnung von mindestens 1:7 eingespart (bei einer Ersatzquote von zehn eingesparten privaten Pkw auf jedes Carsharing-Fahrzeug würden für jedes Carsharing-Fahrzeug

theoretisch mindestens 35 Meter Straßenkante oder mehr vom ruhenden Autoverkehr freigemacht werden und stünden anderen Nutzungen im Straßenraum zur Verfügung);

- Umweltkosten werden aufgrund der MIV-Reduktion ebenfalls minimiert;
- Kosten des Gesundheitswesens verringern sich aufgrund der geringeren Autonutzung im Carsharing zugunsten des Umweltverbunds (weniger schwere Unfälle, mehr aktive Mobilität durch Fuß- und Radverkehr);
- Die Kosten des Straßenbaus fallen (zumindest theoretisch/ perspektivisch) aufgrund von weniger Autofahrten bei weniger Fahrzeugen durch mehr Menschen geringer aus;
- Elektromobilität: Die energieeffiziente Nutzung durch Carsharing hat auch Auswirkungen auf den Bedarf an Ladesäulen bzw. die Ausnutzung vorhandener Netzkapazitäten, perspektivisch wird so weniger Ladeinfrastruktur benötigt, insbesondere in Wohnquartieren.

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

2024

100 %

2023

100 %

2022

100 %

Es gibt keine Produkte, bei denen neben dem Kraftstoff und den für die Fahrzeugnutzung typischen Verbrauchsmaterialien weitere Inhaltsstoffe ausgewiesen werden müssten. Die Wirkungen der Autonutzung sind allgemein bekannt, den damit verbundenen negativen Folgen wird in der Kund*innenkommunikation regelmäßig begegnet (z. B. durch Tipps zur kraftstoffsparenden Fahrweise) bzw. auch mit eigenen Maßnahmen, wie bspw. der CO₂-Kompensation.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

2024

100 %

2023

100 %

2022

100 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2024

Die Flächen für Stellplätze sind ein negativ externalisierter Faktor, da sie Verkehrsraum im Verhältnis von mind. 1:7 einsparen. Zusätzlich gestützt wird die Entlastung durch die Installation von Fahrradbügeln an den Carsharing-Standorten auf eigene Kosten, die auch fremdgenutzt werden, d. h. nicht nur von Kund*innen während der Nutzung. Darüber (und über gesetzlichen Standard) hinaus tragen Fahrzeuge mit automatischen Bremssystemen zur Reduzierung von Unfallfolgekosten bei.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kund*inneninformation zur Entwicklung der E-Mobilität

Kund*inneninformation zu spirtsparendem Fahren

Weiterer Ausbau der Zurverfügungstellung von Fahrzeuginformationen in der App

Weiterhin Ausstattung von Stationen mit Fahrradbügeln

Verbesserungspotenziale/Ziele

Genauere Informationen zu Schadstoffausstoß während der Buchung anzeigen

Es wäre grundsätzlich sinnvoll, den Kund*innen bei der Buchung genauere Informationen zum CO₂-/ NO_x-Ausstoß unserer Fahrzeuge zu geben, wäre grundsätzlich möglich und sinnvoll. Im Nachgang des Abgasskandals hat sich die Informationspolitik der Herstellfirmen zwar um Einiges verbessert; zudem sind die Tests im Zuge der Zulassung von Dieselfahrzeugen deutlich schärfer geworden. Allerdings sind derartige Informationen aufgrund der komplexen Informationsebenen bei der Fahrzeugbuchung schwer übersichtlich gestaltbar, einfachere Übersichten zu Schadstoffemissionen zwischen den einzelnen Fahrzeugtypen dagegen kaum eindeutig vergleichbar.

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

Enthalten die Produkte
Schadstoffe für Kund*innen oder
die Umwelt?

Gibt es schädliche
Nebenwirkungen bei der
zweckgemäßen Verwendung der
Produkte?

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Emissionen durch Verbrennungsmotoren und auch durch Elektrofahrzeuge (z. B. Reifenabrieb, Herstellungsprozess, Stromgewinnung) sind vorhanden und aufgrund des Produktportfolios nicht vollständig zu eliminieren. Angesichts der durch den Sektor Verkehr verursachten Gesamtkosten und negativen Folgen fallen die im Carsharing entstehenden Schadstoffe nur zu einem sehr geringen Anteil ins Gewicht bzw. werden diese durch die gleichzeitige Überkompensation (deutlich weniger Fahrzeuge für mehr Menschen) mehr als ausgeglichen.

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Es gibt schädliche Nebenwirkungen bei der Nutzung von Autos an sich, die jedoch durch Inanspruchnahme der Dienstleistung auf ein Minimum reduziert werden.

Anteil der Produkte mit
Gefahrenstoffen oder
Gebrauchsrisiken, die nicht
transparent öffentlich deklariert
werden (in % des Umsatzes)

2024

0 %

2023

0 %

2022

0 %

Es gibt keine Produkte, bei denen neben dem Kraftstoff und den für die Fahrzeugnutzung typischen Verbrauchsmaterialien weitere Gefahrstoffe oder Gebrauchsrisiken ausgewiesen werden müssten. Die Folgewirkungen der Autonutzung sind allgemein bekannt und werden den Nutzer*innen bereits bei Erwerb der Fahrerlaubnis vermittelt.

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Konsequente Beschaffung verbrauchsarmer Fahrzeuge nach dem Umweltzeichen (Blauer Engel)

Sensibilisierung zu kraftstoffsparender Fahrweise

Regelmäßige Aufklärung und Sensibilisierung der Kund*innen zu spritsparendem Fahren, zuletzt [hier](#).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Informationen zum Schadstoffausstoß

Ggf. ist die Verbesserung der Informationen zum CO₂-/ NO_x-Ausstoß unserer Fahrzeuge möglich und sinnvoll. Dies wird über den Blauen Engel bereits in kund*innenverständlicher Weise umgesetzt.

Berührungsgruppe E

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Unmittelbarer Zweck der Dienstleistung Carsharing ist die Sicherstellung individueller Mobilität ohne eigenes Kraftfahrzeug in so gut wie allen Lebenslagen. Mobil zu sein bedeutet nicht nur, am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben und den Alltag selbständig organisieren zu können. Vielmehr kommt es dabei darauf an, die Wahl zu haben, in welcher Form ein bestimmter Weg bewältigt werden kann. Menschen mit eigenem Pkw wählen ihr Verkehrsmittel in der Regel beim Kauf eines Kraftfahrzeugs und bleiben dann für einen großen Zeitraum daran gebunden. Zugunsten der einmal getätigten Investition werden in der Folge weder Wirkung noch Sinn des Autos für den einzelnen Weg hinterfragt: das einmal gewählte Verkehrsmittel bestimmt die Erreichung der meisten Wegeziele für lange Zeit.

Mobilität ist aus unserer Sicht kein Grundbedürfnis an sich, jedoch erfüllt Carsharing sowohl mittelbar als auch unmittelbar prinzipiell alle Grundbedürfnisse, die mit einem Privatauto erfüllt werden können. Aus der Wahlfreiheit, sich auch gegen die Autonutzung und für ein anderes Verkehrsmittel entscheiden zu können, ergibt sich ein ungleich vielfältigeres Potenzial, menschlichen Bedürfnissen zu dienen – abhängig von Fahrtzweck, finanziellen Hürden sowie persönlichen Notwendigkeiten und Vorlieben. Die Carsharing-Nutzung ermöglicht eine gelebte Verhaltensänderung durch bewusste Auswahl der zur Verfügung stehenden Alternativen. Die Möglichkeit zu wählen weist hier explizit nicht in die Richtung eines raumgreifenden Konsumverhaltens, sondern fördert die Entscheidung zugunsten von Einfachheit, Vermeidung und Verlagerung.

In den üblichen Fahrtzwecken (spontane Erledigungen, Einkauf/ Besorgung, Freizeit/ Aktivität, Urlaub/ Ausflug) von Carsharing-Nutzer*innen spiegelt sich – je nach Anlass, Dringlichkeit und persönlicher Präferenz – die Befriedigung folgender Grundbedürfnisse:

- Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden: Fahrten von/ zum Arzt/ Krankenhaus; sportliche Aktivitäten/ Vereinstermine u. a.;
- Schutz/ Sicherheit: Pkw-Nutzung als (z. B. witterungsbedingt) sicherere Wahl gegenüber Fahrrad/ Fußweg;
- Alternative zu Verspätungen im ÖPNV; Pkw als privater Schutzraum; zugleich verringert Carsharing die Folgekosten durch Unfälle/ Verletzungen, indem weniger Pkw gefahren wird und neuere/ sicherere Fahrzeuge zum Einsatz kommen;
- Teilhabe/ Geborgenheit: regelmäßige Nutzung durch Vereine; gemeinsame Unternehmungen mit Freund*innen; Besuch von Veranstaltungen/ Verwandten;
- Muße/ Erholung: Wochenendausflüge; Urlaubsfahrten; Fahrten zu Naherholungszielen, die nicht mit ÖPNV und/ oder Fahrrad erreicht werden können;
- kreatives Schaffen: regelmäßige Nutzung durch Musiker*innen/ Bands, freischaffende Künstler*innen, Selbständige und Kreative;
- Identität/ Sinn: Bewusstmachung der Verkehrsmittelwahl durch umfangreiche Wahlfreiheit sowie Aufwertung des eigenen „ökologischen Gewissens“; Integration

von Carsharing in die Nachhaltigkeitsstrategien von Unternehmen (Ersetzung eigener Fahrzeuge – Beispiele: Evangelische Kirche Mitteldeutschland, Stadt Leipzig, Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung).

- Freiheit/ Autonomie: Teilnahme an vollautomatisierter Dienstleistung; keine individuellen Nutzungsvorgaben/ -beschränkungen; keine Überwachung der Fahrtziele/ -zwecke; ein hohes Maß an Spontannutzung durch
 - die technische Infrastruktur (Webseite/ App) und
 - eine hohe Fahrzeugverfügbarkeit.

Der Anteil von spontanen Buchungen hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Auch dies ist ein Indikator dafür, dass die Carsharing-Nutzung nicht nur wesentliche und alltägliche Mobilitätsbedürfnisse befriedigt, sondern dass die Nutzungsentscheidungen häufig sehr kurzfristig getroffen werden. Die Autonutzung dient dabei immer einem konkreten Zweck als Mittel und ist nicht selbst Gegenstand des Konsums.

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Voraussetzung zur Teilnahme am Carsharing-Angebot von teilAuto ist die bewusste Trennung von Eigentum und Nutzbarmachung von Gütern. Luxusprodukte zeichnen sich i. d. R. dadurch aus, dass sie erst durch Inbesitznahme ihre volle Wirkung zeigen und so dazu beitragen, den eigenen Status zu heben oder ein Erlebnis der Selbstbelohnung zu schaffen. Geteilte oder gemeinschaftlich genutzte Güter können diese Wirkung allenfalls temporär entfalten (ein Beispiel im Carsharing wäre die Buchung eines Cabrios für eine Hochzeit) und sind selbst dann um ein Vielfaches ressourceneffizienter.

Die Bereitstellung von Carsharing-Fahrzeugen ordnet sich entsprechend ausschließlich den o. g. Fahrtzwecken unter mit dem Ziel, Alltagsmobilität in allen Facetten ohne Zwang oder Vorschrift, jedoch auch ohne zusätzliche Anreize zu ermöglichen. Prestige- oder Luxusgüter, die einzig dem Zweck dienen, individuelles Wohlbefinden („Fahrspaß“) oder Distinktionsgewinne („Statusstreben“) zu verschaffen, werden nicht angeboten. SUV oder Großraumlimousinen werden (trotz z. T. anderslautender Kund*innenwünsche) bewusst nicht beschafft oder angeboten; der Anteil sog. „Spaßfahrzeuge“ (Lifestyle, BMW Mini) ist abhängig vom jeweiligen Marktangebot und keine fest kalkulierte Beschaffungsgröße im Fuhrpark (2022-24 betrug deren Anteil an der Gesamtflotte unter 1 %)

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Die grundsätzliche Wahlfreiheit des Fahrzeugangebots in Verbindung mit individueller Steuerung der Dienstleistung und einem nachfrageorientierten Tarifsysteem (transparent abgestuft für Wenig-, Normal- und Vielnutzer*innen) ermöglicht eine unabhängige Gestaltung der eigenen Mobilität, ohne den verkehrserzeugenden Sachzwängen eines eigenen Autos unterworfen zu sein. Die Carsharing-Nutzung kann sich mit den Lebensverhältnissen von Nutzer*innen ändern. Der Tarif- und Produktzuschnitt des Unternehmens zielt darauf ab, ein Leben ohne eigenes Auto in möglichst allen Lebensphasen abzubilden. Die zwanglose Vertragsgestaltung erlaubt es den Kund*innen, jederzeit ein eigenes Auto anzuschaffen, wenn eine Änderung der individuellen Lebensverhältnisse dies geboten erscheinen lässt.

Ein Auto nur dann zu nutzen, wenn es auch tatsächlich gebraucht wird, bedingt kurze

Wege in fußläufiger Entfernung, ein fahrradfreundliches Umfeld und eine ausgebaute ÖPNV-Infrastruktur.

Dies erhöht nachweislich die Lebensqualität und bedeutet mehr Zeit für Dinge außerhalb der mobilen Zwänge, die etwa bei Berufspendler*innen Stress und Krankheitssymptome verursachen. U. a. verringert sich durch die Verlässlichkeit verfügbarer Carsharing-Stellplätze die zeitliche und psychische Belastung durch Parksuchverkehr.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Lokal und regional ergibt sich zum einen das Potenzial starker Flächenentlastungseffekte, konkret die Verminderung von Parkdruck für Bewohner*innen bzw. Pendler*innen in städtischen Quartieren durch Minderung der Fahrzeugbesitzquote (ein Carsharing-Fahrzeug ersetzt 8-20 Privat-Pkw). Darüber hinaus stehen frei werdende Flächen für andere Nutzungsarten jenseits des ruhenden Kfz-Verkehrs zur Verfügung. In Verbindung mit neuen Wohnstandorten ergeben sich weitere Synergieeffekte, da weniger Stellplätze für Wohnungsmieter*innen vorgehalten werden müssen. Dies hilft nicht nur Flächen, sondern vor allem Kosten (z. B. beim Tiefgaragenbau) zu sparen, was dem Gentrifizierungstrend in Großstädten und steigenden Mieten entgegenwirken kann.

Global betrachtet erzielt die effiziente Fahrzeugnutzung im Carsharing weitere Entlastungseffekte durch Verkehrsentlastung sowie eine geringere Luftbelastung (Luftschadstoffe, CO₂). Die preisinduzierte Segmentierung der Fahrzeugflotte („je größer, umso teurer“) trägt ebenfalls dazu bei, ein kosten- und verursachergerechtes Bewusstsein bei Mobilitätsnutzer*innen zu verankern, indem eben nur die Fahrzeugklasse genutzt wird, die dem eigentlichen Zweck und Platzbedürfnis dient.

Anteil in % des
Gesamtumsatzes für erfüllte
Grundbedürfnisse

2024
100 %
2023
100 %
2022
100 %

Das Dienstleistungsangebot zielt auf einhundertprozentige Befriedigung der mobilen und auch anderer Grundbedürfnisse.

Anteil in % des
Gesamtumsatzes für erfüllte
Bedürfnisse nach
Statussymbolen bzw. Luxus

2024
0 %
2023
0 %
2022
0 %

Statussymbole werden nicht angeboten, eine prestigeträchtige Nutzung ist nicht intendiert.

Anteil in % des
Gesamtumsatzes für
Entwicklung der Menschen

2024
70 %
2023
70 %
2022
70 %

Das Angebot dient geschätzt zu 70 % der unmittelbaren Entwicklung des Menschen (Lebensqualität, Wohnumfeld, Alltagsmobilität). Die Entscheidung zur Autonutzung wird immer aufs Neue getroffen, somit werden langfristig Verhaltensänderungen angestoßen und es wird eine neue soziale Praxis gegenüber der

privaten Pkw-Nutzung etabliert.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre	2024
	30 %
	2023
	30 %
	2022
	30 %

Global betrachtet trägt das Angebot dazu bei, etwa 30 % der durch den MIV emittierten Luftschadstoffe und CO₂-Emissionen zu reduzieren. Dieser Anteil kann nur geschätzt werden auf Grundlage eines MIV-Entlastungsfaktors im Verhältnis von ca. 8-20 Fahrzeugen (abhängig von Standort und Umfeld) bei zugleich um Faktor 2-3 höheren Fahrleistungen von Carsharing-Fahrzeugen.

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN- Entwicklungszielen	2024
	100 %
	2023
	100 %
	2022
	100 %

Carsharing trägt direkt dazu bei, Städte und Gemeinden inklusiv, sicher, widerstandsfähig sowie nachhaltiger zu gestalten (Entwicklungsziel 11) und sorgt für einen ökologisch, ökonomisch und sozial verträgliches und zukunftsfähiges Konsumverhalten (Entwicklungsziel 12). Mit der Stärkung des Umweltverbunds dient Carsharing zugleich dem Ziel, den Klimawandel und die negativen Auswirkungen des Kfz-Verkehrs einzudämmen (Entwicklungsziel 13).

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen	2024
	100 %
	2023
	100 %
	2022
	100 %

Die Dienstleistung erfüllt mehrfachen Nutzen, indem sie sowohl verschiedene Grundbedürfnisse des Menschen befriedigt (Mobilität, Teilhabe, Sinnstiftung) als auch einfachen Nutzen stiftet: Bereits nur die theoretische Möglichkeit der Carsharing-Nutzung fungiert als psychologische Rückfallebene, die einen Autoverzicht realistisch werden lässt.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo- Nutzen	2024
	0 %
	2023
	0 %
	2022
	0 %

Ein vermeintlicher Nutzen kann nicht vollständig ausgeschlossen werden, da Kund*innen nicht kontrolliert werden, wie und wozu sie Carsharing gebrauchen. Statusziele oder Gefahrenpotenziale eröffnen sich mit Nutzung des Angebots i. d. R. jedoch nicht. Insbesondere sind bestimmte Nutzungszwecke auch über die AGB von teilAuto und cityflitzer explizit ausgeschlossen (z. B. gewerbliche Personenmitnahme, Sicherheitstrainings/ Fahrzeugtests, Beförderung von Gefahrgut).

Ein Pseudonutzen wird insbesondere auch über die Auswahl von Fahrzeugausstattungsmerkmalen versucht zu verhindern (sinnvolle Fahrassistenzsysteme, niedrige Motorisierung, transparente und preissensible Einstufung von Fahrzeugklassen, keine Beschaffung von SUV oder Luxusfahrzeugen). Eine allgemein prestigeträchtige Wirkung von Carsharing in Ergänzung oder Verstärkung zum privat genutzten Pkw als „Wohlstandsindikator“ kann somit nahezu ausgeschlossen werden.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ- Nutzen	2024
	0 %

2023

0 %

2022

0 %

Ein negativer Nutzen kann nicht vollständig ausgeschlossen werden, da Kund*innen nicht kontrolliert werden, wie und wozu sie Carsharing gebrauchen. Über Normaktivierung wird ein solcher insbesondere über die AGB von teilAuto und cityflitzer jedoch explizit ausgeschlossen (z. B. Verbot von motorsportlichen Zwecken, Nutzung zur Begehung von Straftaten, Verbreitung verfassungswidrigen Gedankenguts).

Einem geringen Teil der Kund*innen wird überhaupt erst durch das Carsharing-Angebot ermöglicht, jederzeit auf ein Auto als Verkehrsmittel zuzugreifen, das sie sich ansonsten privat nicht leisten könnten. Dies wird jedoch durch die entlastende Wirkung derjenigen Carsharing-Nutzer*innen überkompensiert, die mit dem Carsharing ein eigenes Auto abschaffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Technische Vorbereitungen zur digitalen Anlage von Tarifpartner*innen

Im Berichtszeitraum wurden die technischen Grundlagen dafür geschaffen, dass Tarifpartner*innen sich selbst über eine Online-Maske eintragen können. Die Umsetzung soll 2025 vollzogen werden.

Vereinfachung der Online-Anmeldung

Die Online-Anmeldung für Kund*innen wurde im Berichtszeitraum vereinfacht. Für die Kontrolle der Fahrerlaubnis konnte eine neue technische Lösung gefunden werden, die für Kund*innen deutlich schneller und unkomplizierter funktioniert.

Vereinfachung der Nutzung der Dienstleistung

Im Jahr 2022 wurde die Verkürzung von Buchungen für Kund*innen automatisiert. D. h. sobald eine Buchung durch Verschließen des Fahrzeuges beendet wurde, kürzte sich die Buchungszeit der/ des Kund*in automatisch ein. Für das Unternehmen war dies mit einem Umsatzverzicht verbunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umsetzung der digitalen Anlage von Tarifpartner*innen

Weitere Vereinfachung der Nutzer*innen-Anmeldung

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Wo es möglich ist, werden an neuen Standorten Fahrradbügel installiert, von denen auch Nichtnutzer*innen profitieren. Bei den jährlich ausgerufenen Weihnachtsaktionen wurden in der Vergangenheit zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, die öffentlichen Nutzen stiften (Baumpflanzungen, Installation von Fahrradhaltegriffen, Sponsoring öffentlicher Fahrradpumpen, "beispielbare Stadt" – kindgerechtes Stadtentwicklungskonzept, Stärkung des Fußverkehrs). Weiterhin werden in lokaler Verantwortung und im Rahmen der verfügbaren Marketingbudgets Initiativen und Vereine vorzugsweise mit Fokus auf verkehrsökologischen Gewinn unterstützt, bspw. während der Europäischen Woche der Mobilität (z. B. Kostenübernahme von Logistikleistungen).

Ebenfalls werden durch Mitarbeitende und die Geschäftsführung unentgeltlich zahlreiche Vorträge und Präsentationen zum Thema Carsharing und Elektromobilität erstellt und auf politischen, verkehrswissenschaftlichen oder

unternehmensübergreifenden Veranstaltungen vorgestellt. Dies betrifft insbesondere auch die inhaltliche Mitarbeit im Bundesverband Carsharing e. V., etwa durch Teilnahme und eigenen Input am brancheninternen Erfahrungsaustausch in verschiedenen Workshops oder Vorträge zum gemeinwohlorientierten Engagement des Unternehmens.

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Über die Zusammenarbeit mit Kooperationspartner*innen wie den Verkehrsverbünden in den Regionen sowie den lokalen Verkehrs- und Wohnungsunternehmen wirkt das Unternehmen weit über die eigentliche Nutzer*innenschaft hinaus. Gemeinsame Produkt- und Marketingkooperationen (DVB-, Konsum-, marego-, MDV-, wohnmobil- und VMT-Abo-Tarif) tragen nicht nur dazu bei, Carsharing als nachhaltige Form der Autonutzung an sich in der Bevölkerung bekannter zu machen, sondern stärken über den zusätzlichen Mehrwert auch das Angebot der Partner*innen, insbesondere die Monatsabonnements im Nahverkehr.

Über die Zusammenarbeit mit Umweltverbänden (bspw. ADFC, BUND, VCD, FUSS e. V.) zu bestimmten Anlässen (Ökofete, Europäische Woche der Mobilität, Vernetzungstreffen) können ebenfalls Menschen für eine nachhaltige Lebensweise und Mobilität sensibilisiert werden.

Regelmäßigen Anfragen von Bauräger*innen-Projekten begegnen wir durch Beratung hinsichtlich Struktur und Aufbau eines möglichen Carsharing-Angebots. Gleichzeitig pflegen wir Kontakte zu Entscheidungsträger*innen und Expert*innen in Politik und Verwaltung mit Bezug auf die Wirkung unserer Dienstleistung und die Planung und Steuerung von Carsharing-Angeboten im öffentlichen Raum. Zudem fördern wir den Verein „Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.“, der mit einem umfassenden Beratungsangebot Interessierte dabei unterstützt, ein neues Carsharing-Angebot in ihrer Stadt oder Gemeinde aufzubauen.

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Die Wirkungen reichen von der ersten Sensibilisierung für die Dienstleistung Carsharing über konkrete Verhaltensänderungen (Abschaffung des eigenen Autos, Änderung des Modal Split) bis hin zu veränderter Stadtplanung aufgrund eines sichtbar funktionierenden Angebots und nachvollziehbarer Entlastungsleistung. Die Effekte zielen dabei nicht nur auf privaten Autobesitz, vielmehr ergeben sich aufgrund von Partnerschaften, Öffentlichkeitsarbeit und politischem Engagement Verschränkungen und Synergieeffekte. Zum Beispiel wurde in Erfurt nach begleitenden Gesprächen mit dem Kooperationspartner Erfurter Verkehrsbetriebe eine Station auf dem Gelände der Stadtwerke errichtet, was bei diesen mit dazu führte, keine firmeninternen Poolfahrzeuge mehr zu beschaffen und stattdessen Carsharing zu nutzen.

Aus zahlreichen Erhebungen bzw. Kund*innenbefragungen ist bekannt, dass die Carsharing-Nutzung erheblich dazu beiträgt, den privaten Pkw-Besitz zu minimieren. Unsere standardisierte Kund*innenbefragung 2024 ergab, dass 78 % der Haushalte kein eigenes Fahrzeug mehr besaßen. Die Anzahl der verfügbaren Pkw verringerte sich bereits vor Carsharing-Anmeldung um etwa die Hälfte. Die Anmeldung zum Carsharing verhindert in erster Linie die Wiederbeschaffung eines eigenen Fahrzeugs. Für den Fall, dass es kein Carsharing gäbe, geben sogar mehr Privatkund*innen an, künftig (wieder) einen PKW zu besitzen als dies zum Zeitpunkt 12 Monate vor Anmeldung der Fall war.

Art und Anzahl der Aktivitäten/
Maßnahmen pro Jahr

2024

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Weihnachtsaktion mit häufig öffentlicher Zielrichtung	1
Europäische Woche der Mobilität/ Autofreier Tag/ PARKing Day/ Autofasten	4
Infostände/ Nachhaltigkeitsfeste	10
Fachvorträge/ Präsentationen	25
Marketing- und Produktkooperationen mit Nahverkehrs- und Wohnungsanbieter*innen	
Unterstützung „Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.“	
Unterstützung verschiedener Initiativen und Vereine	

2023

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Weihnachtsaktion mit häufig öffentlicher Zielrichtung	1
Europäische Woche der Mobilität/ Autofreier Tag/ PARKing Day/ Autofasten	4
Infostände/ Nachhaltigkeitsfeste	10
Fachvorträge/ Präsentationen	25
Marketing- und Produktkooperationen mit Nahverkehrs- und Wohnungsanbieter*innen	
Unterstützung „Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.“	
Unterstützung verschiedener Initiativen und Vereine	

2022

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Weihnachtsaktion mit häufig öffentlicher Zielrichtung	1
Europäische Woche der Mobilität/ Autofreier Tag/ PARKing Day/ Autofasten	4
Infostände/ Nachhaltigkeitsfeste	10
Fachvorträge/ Präsentationen	25
Marketing- und Produktkooperationen mit Nahverkehrs- und Wohnungsanbieter*innen	
Unterstützung „Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.“	
Unterstützung verschiedener Initiativen und Vereine	

Die letzten drei Aktivitäten – Marketing- und Produktkooperationen mit Nahverkehrs- und Wohnungsanbieter*innen sowie die Unterstützung des „Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.“ und verschiedener Initiativen & Vereine – werden dauerhaft umgesetzt (Auflistung siehe E2.2).

Anzahl der erreichten
Menschen, z.B. Leser*innen,
Besucher*innen

2024
82.000
2023
72.000
2022
60.000

Der Anteil der erreichten Menschen lässt sich insgesamt schwer beziffern und ist allenfalls messbar auf Grundlage derer, die schlussendlich zum Carsharing finden. Dementsprechend wurden hier die Nutzendenzahlen der jeweiligen Jahre angegeben.

Hinzu kommt, dass sehr wahrscheinlich noch mehr Menschen bzw. Nichtkund*innen erreicht werden. Untersuchungen haben gezeigt, dass die meisten Menschen bereits vor Eintritt in die Carsharing-Nutzung auf ihr Auto verzichtet haben. Das Vorhandensein eines Carsharing-Angebots ist somit zwar nicht die einzige Ursache für den Pkw-Verzicht, es schafft jedoch bereits im Vorfeld auch für Nichtkund*innen die Grundlage für ein Leben ohne eigenes Auto. Die Inanspruchnahme von Carsharing (durch Kund*innen) ist vor diesem Hintergrund eine logische, aber keine zwingende Konsequenz. Eine besondere Rolle spielen dabei die i. d. R. sehr öffentlich wahrnehmbaren Carsharing-Standorte, die durch ihre dezentrale Lage in den Wohngebieten für viele Menschen der erste Berührungspunkt bei der Auseinandersetzung mit dem eigenen Mobilitätsverhalten sind.

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Weihnachtsaktionen mit gesellschaftlicher Zielrichtung und Wirkung

Weihnachtsaktion zugunsten des Projektes "beispielbare Stadt" in Jena. Mit dem Ziel, Schulwege kindgerechter und sicherer zu gestalten, wurden die Schulwege von 400 Kindern einer Grundschule in Jena analysiert und ein Konzept entwickelt. Hier finden sich [Projektbeschreibung](#) und [Ergebnisse](#).

Weihnachtsaktion zugunsten des FUSS e. V. zur Förderung des Fußverkehrs. Die Spenden im Rahmen der Abmeldung von Kund*innenkarten gingen an den Verein, u. a. auch zur Ausrichtung des Deutschen Fußverkehrspreises. Alle Informationen [hier](#).

Weiterer Zuwachs an Neukund*innen im Berichtszeitraum

Unterstützung von Vereinen und Initiativen

Auflistung siehe Aspekt E2.2.

Weitere Kooperationen mit ÖPNV-Betrieben

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und

- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Weiterer Ausbau der Kooperation mit Bauträger*innen-Projekten

Weitere Umsetzung der E-Mobilitätsstrategie

Die Ziele der E-Mobilitätsstrategie sollen weiterhin aktiv verfolgt werden, sowohl hinsichtlich der Fahrzeugbeschaffung als auch der Ladeinfrastruktur. Die Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (Aufwuchs beim Mindestanteil batterieelektrischer Fahrzeuge: 14 % 2028, 18 % 2029) sollen dabei einen Mindeststandard darstellen. Die Einstellung eines neuen E-Mobilitätsbeauftragten ist für Ende 2025 vorgesehen.

Stärkere Nutzung von Stellflächen im Öffentlichen Straßenraum

Zur Verbesserung der Angebotsqualität, der niedrighschwelligen Nutzung sowie der gesellschaftlichen Bekanntheit von Carsharing.

Stärkung der Teilhabe durch Genossenschaftsumwandlung

Das mit der Genossenschaftsumwandlung verfolgte Kernziel ist eine langfristige Unternehmenssicherung auf Basis der Teilhabe:

- Teilhabe an der gemeinschaftlich organisierten Dienstleistung (Carsharing);
- Teilhabe an der gemeinsamen Wertschöpfung durch Nutzung (Unternehmenserfolg);
- Teilhabe an der Bereitstellung eines unabhängigen und nachhaltigen Mobilitätsangebots mit geteiltem Risiko (ökologische in Verbindung mit ökonomischer Wettbewerbsfähigkeit);
- Teilhabe an der Weiterentwicklung eines demokratisch gestalteten Unternehmens (Mitsprache und Mitbestimmung).

Vereinfachung des Ladevorganges von E-Fahrzeugen während der Buchung

Ein mittelfristiges Ziel ist die Vereinfachung des Ladevorganges während der Buchung, unabhängig von der Heimatstation des jeweiligen Fahrzeugs und kostenfrei, mit einer universell einsetzbaren Lösung. Damit soll die Nutzbarkeit von E-Fahrzeugen vereinfacht und niedrighschwelliger gestaltet werden.

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Das Unternehmen bietet keine Produkte oder Dienstleistungen an, die als

von Lebewesen?	menschenunwürdig einzustufen sind.
Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?	Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten? Es ergeben sich keine Auswirkungen auf die Freiheit des Menschen und zusätzlich auf die Biosphäre der Erde. Autonutzung an sich ist umweltschädlich und führt zu Belastungen durch Lärm, Abgase und Platzverbrauch. Carsharing hilft, diese negativen Wirkungen einzudämmen, indem nur ein Bruchteil davon erzeugt wird und möglichst viele Menschen möglichst wenige Autos nutzen. Eine vollständige Reduzierung der Negativbilanz des Autoverkehrs ist hier nicht zu erwarten, jedoch ein hohes Maß an Verringerung. Über die im Carsharing angebotenen Fahrzeuge und deren Umweltbelastungen hinaus ergeben sich keine direkten oder indirekten negativen Auswirkungen.
Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen	Keine
Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen	2024 0 % 2023 0 % 2022 0 %
Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben	2024 0 % 2023 0 % 2022 0 %
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Kein Anlass Abgesehen vom Einsatz emissionsarmer sowie elektrisch betriebener Fahrzeuge nach den Vorgaben des Umweltzeichens (Blauer Engel, Zertifizierung nach RAL-UZ 100) ergab sich hier kein Verbesserungspotenzial, da keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen vertrieben wurden.
Verbesserungspotenziale/Ziele	Sicherung des bestehenden Branchenstandards (Umweltzeichen Blauer Engel nach RAL-UZ 100) und damit weiterhin sukzessive Verbesserung der Flottenemissionen, unter anderem durch Steigerung des Anteils von Elektrofahrzeugen.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Das Unternehmen leistet einen materiellen Beitrag von:

Steuern 2022: 1.432.278 €

Steuern 2023: 1.833.466 €

Steuern 2024: 1.634.251 €

Sozialversicherungsbeiträge 2022: 251.849 €

Sozialversicherungsbeiträge 2023: 292.310 €

Sozialversicherungsbeiträge 2024: 332.012 €

Das Unternehmen zahlte über die üblichen Abgaben hinaus durch die Nutzung von Stellplätzen im öffentlichen Straßenraum Sondernutzungsgebühren in Höhe von 54.576,70 € im Jahr 2024 (+36,44 % gegenüber Vorbericht).

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Das Unternehmen erhielt im Berichtszeitraum Fördergelder für Sach- und Personalkosten im Rahmen von Forschungs- und Förderprojekten. Eine direkte Förderung der Kerndienstleistung Carsharing besteht weder für Sach- noch für Personalkosten, der Betrieb wird dauerhaft ohne Zuschüsse geführt. Die Beteiligung an Förderprojekten dient dem Ziel, Weiterentwicklungen insbesondere im IT-Bereich anzustoßen und kostenintensive Investitionen abzufedern (z. B. Fahrzeugbeschaffung mit elektrischen Antrieben, Bau von Ladeinfrastruktur, Schnittstellenprogrammierung). Im Berichtszeitraum liefen folgende Förderprojekte:

- 2022-2023 WINNER RELOADED: Wohnungswirtschaftlich integrierte netzneutrale Elektromobilität in Region und Quartier
- 2022-2023 DatenTanken: datenbasierte Mobilitäts- und Energiedienste für den netzverträglichen Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur
- seit 2024 WINNER FINAL: Bidirektional integrierte (mobile) Speicher für Sektorkopplung und Ersatzstromversorgung in wohnungswirtschaftlichen und gewerblichen Quartieren (Micro Smart Grids)
- seit 2024 KsN (Klimaschonende Nutzfahrzeuge): Förderung der Anschaffung von leichten und schweren Nutzfahrzeugen mit alternativen, klimaschonenden Antrieben (KsN)

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Im Berichtszeitraum wurden deutlich mehr Arbeitsplätze geschaffen als im vorherigen Berichtszeitraum, von 2022 bis 2024 wuchs die Gesamtzahl der Mitarbeitenden auf 41 an. Der indirekte materielle Beitrag durch die Schaffung von Arbeitsplätzen umfasst neben der Einkommenssteuer, Krankenversicherung, Rentenversicherung, Arbeitslosenversicherung, Pflegeversicherung, Gewerbesteuer und Körperschaftsteuer auch die Umsatzsteuer durch gestiegenen Konsum der Beschäftigten. Die regionale Wertschöpfung wird durch Ausgaben der Mitarbeitenden, bspw. für Lebensmittel oder andere Konsumgüter, erhöht und lokale Unternehmen gestärkt. Hinzu kommen

Multiplikatoreffekte wie die Schaffung weiterer Arbeitsplätze in Zulieferbetrieben, bei Dienstleistenden oder im öffentlichen Sektor. Das erhöht die gesamtwirtschaftliche Aktivität und damit die Steuerbasis. Die Höhe der Sozialversicherungsbeiträge und Steuern im Berichtszeitraum sind unter Frage 1 aufgeführt. Zusätzlich stellte das Unternehmen anteilig betriebliche Arbeitszeit und Infrastruktur für das ehrenamtliche Engagement eines Mitarbeiters im Bundesverband Carsharing e. V. im Umfang von 5-10 % eines VZÄ p. a. zur Verfügung.

Erlöse	2024
	30.501.485 €
	2023
	26.592.615 €
	2022
	22.859.298 €
	Gesamtumsatz

Abgaben	2024
	1.966.263 €
	2023
	2.125.776 €
	2022
	1.684.127 €

Subventionen	2024
	660.094 €
	2023
	200.114 €
	2022
	140.628 €
	Fördermittel

Wertschöpfung	2024
	5.418.367 €
	2023
	6.950.146 €
	2022
	7.197.178 €

Netto-Abgabenquote	2024
	19 %
	2023
	21 %
	2022
	23 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Zahlung von Sondernutzungsgebühren

Das Unternehmen zahlte über die üblichen Abgaben hinaus durch die Nutzung von Stellplätzen im öffentlichen Straßenraum Sondernutzungsgebühren in Höhe von 54.576,70 € im Jahr 2024 (+36,44 % gegenüber Vorbericht).

Verbesserungspotenziale/Ziele**Verstärkte Ausweisung von Stellflächen im öffentlichen Straßenraum**

Und damit doppelte Unterstützung des Gemeinwesens (Parkraumentlastung und Gebührenzahlung).

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens**Berichtsfragen**

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

Auflistung des freiwilligen gesellschaftlichen Engagements des Unternehmens:

2022

- Spende an Netzwerk für Integration und Zukunft e. V., für Reisebusse, um Menschen aus der Ukraine nach Deutschland zu bringen (i. H. v. 3.000 €)
- Spende für "Taxi for Peace" zu Beginn des Angriffskriegs auf die Ukraine an den Friedenskreis Halle e. V. (i. H. v. 3.000 €)
- Spende für Aufbau eines Insektenhotels für FC Blau-Weiß Leipzig e. V. (i. H. v. 2.000 €)
- Spende an TAFEL Dresden e.V. i.H.v. 1.900 €
- Spende an den Ökolöwe – Umweltbund Leipzig e. V. (i. H. v. 1.500 €)
- Unterstützung des Connewitzer Straßenfestes der Kirchgemeinde Connewitz (i. H. v. 860 €)
- Unterstützung der Ökofete des Ökolöwe – Umweltbund Leipzig e. V. (i. H. v. 750 €)
- Unterstützung einer Hilfsfahrt nach Pristina für den Verein Perspektiven für Kinder auf dem Westbalkan e. V. (i. H. v. 400 €)
- Unterstützung des Klimacamps BUND Leipzig (i. H. v. 400 €)
- Sponsoring und Fahrtgutschrift für das Vereinsjubiläum des Thüringer Ökoherz e. V. (i. H. v. 254 €)
- Unterstützung des Stadtteilstestes Friedrichstadt des Riesa EFAU (Kultur Forum Dresden e. V.) (i. H. v. 250 €)
- Preisgeldspende für den Freiwilligen-Agentur Halle (Saale) e. V. (i. H. v. 250 €)
- Unterstützung des dies academicus der TU Dresden Integrale (i. H. v. 250 €)
- Unterstützung eines Hilfsgütertransports für den Verein Perspektiven für Kinder auf dem Westbalkan e. V. (i. H. v. 226 €)
- Fahrtgutschrift für das "Dreh deinen Kiez" Straßenfest der BUNDjugend Magdeburg (i. H. v. 200 €)
- Unterstützung eines Hilfsgütertransports nach Lesbos (i. H. v. 180 €)
- Unterstützung des Radtourenprogramms des ADFC Chemnitz e. V. (i. H. v. 160 €)
- Fahrtgutschrift für Veranstaltung von Rotzfrech Cinema in Thüringen (i. H. v. 157 €)
- Fahrtgutschrift für die Autismusambulanz Sachsen-Anhalt (i. H. v. 150 €)
- Fahrtguthaben für Kino Datsche e. V. Leipzig (i. H. v. 150 €)
- Fahrtgutschrift für das Werkleitz Festival im Mansfelder Land (i. H. v. 150 €)
- Mitwirkung am PARKing Day in Dresden (i. H. v. 100 €)
- Unterstützung des Radwanderkalenders des ADFC Magdeburg (i. H. v. 100 €)
- Zusammenarbeit mit dem Familienzentrum Radebeul für das Jahresprogramm (i. H. v. 90 €)
- Fahrtgutschrift für Schulprojekte des VEE Sachsen e. V. (i. H. v. 75 €)
- Fahrtgutschrift für Skillz e. V. Leipzig (i. H. v. 50 €)

- Unterstützung des Projektes "social spots" der Bauhaus-Universität Weimar (i. H. v. 31 €)
- Unterstützung des autofreien Sonntages mit einer Fahrtgutschrift für den BUND Thüringen e. V. (i. H. v. 14 €)

2023

- Unterstützung eines Hilfsgütertransports für den Verein Perspektiven für Kinder auf dem Westbalkan e. V. (i. H. v. 814 €)
- Unterstützung des Mountainbike Marathons des Dresdner Sportclub e. V. (i. H. v. 580 €)
- Spende an den Klimaschutzrat des Halle Zero e. V. (i. H. v. 500 €)
- Spende an die GEH8 Kunst Raum Ateliers gUG Dresden (i. H. v. 500 €)
- Unterstützung von "Kultur am Pavillon" in Dresden (i. H. v. 400 €)
- Spende für den Klimawald im Rahmen des Autofastens Thüringen der Evangelischen Kirche Mitteldeutschland (i. H. v. 300 €)
- Zusammenarbeit mit dem ADFC Dresden e. V. im Rahmen des Programmes 2023 (i. H. v. 280 €)
- Unterstützung des dies academicus der TU Dresden Integrale (i. H. v. 250 €)
- Preisgeldspende für den Freiwilligen-Agentur Halle (Saale) e. V. (i. H. v. 250 €)
- Unterstützung des Stadtteilstestes Friedrichstadt des Riesa EFAU (Kultur Forum Dresden e. V.) (i. H. v. 250 €)
- Fahrtgutschrift für das HeuHoj Camp des Naturschutzstation Osterzgebirge e. V. (i. H. v. 200 €)
- Unterstützung der Silbermann-Tage der Silbermann Gesellschaft in Freiberg (i. H. v. 200 €)
- Fahrtgutschrift für den Dresdner Kammerchor (i. H. v. 190 €)
- Zusammenarbeit mit dem Familienzentrum Radebeul für das Jahresprogramm (i. H. v. 180 €)
- Unterstützung des internationalen Festivals für urbane Kunst in Auerbach des ibug e. V. (i. H. v. 150 €)
- Unterstützung des Radtourenprogramms des ADFC Chemnitz e. V. (i. H. v. 160 €)
- Spende an Kinderblick Seeben Kita in Halle (i. H. v. 150 €)
- Unterstützung der Jugendturniere des Handball-Club Leipzig e. V. (i. H. v. 154 €)
- Unterstützung des Literatur jetzt Festivals in Dresden des Literatur JETZT! e. V. (i. H. v. 115 €)
- Fahrtgutschrift für Schulprojekte des VEE Sachsen e. V. (i. H. v. 100 €)
- Unterstützung des Radwanderkalenders des ADFC Magdeburg (i. H. v. 100 €)
- Preissponsoring von Gutscheinen für das Autofasten Thüringen (i. H. v. 100 €)
- Unterstützung von Fridays for Future Leipzig (i. H. v. 70 €)
- Fahrtgutschrift zur Verteilung von Lebensmittelspenden des fairwertbar e. V. in Thüringen (i. H. v. 31 €)

2024

- Spende an die GEH8 Kunst Raum Ateliers gUG Dresden (i. H. v. 1.500 €)
- Spende und Plakatdruck für den Ausländerrat Dresden e. V. (i. H. v. 1.000 €)
- Fahrtgutschriften für die Banda Communale (i. H. v. 750 €)
- Unterstützung des Mountainbike Marathons des Dresdner Sportclub e. V. (i. H. v. 605 €)
- Spende an Kinderblick Seeben Kita in Halle (i. H. v. 600 €)
- Sponsoring für den Jazzclub Tonne e. V. Dresden (i. H. v. 500 €)
- Unterstützung des Straßenfestes Stauffenbergallee des SuRban e. V. in Erfurt (i.

H. v. 500 €)

- Unterstützung des Literatur jetzt Festivals in Dresden des Literatur JETZT! e. V. (i. H. v. 500 €)
- Spende an den SV Dresden-Mitte e. V. für die Saison 2024 (i. H. v. 420 €)
- Unterstützung von "Kultur am Pavillon" in Dresden (i. H. v. 400 €)
- Fahrtgutschrift für das Festival Konsumgut: Ost Chemnitz & Dresden der Ballroom Culture gUG (i. H. v. 400 €)
- Unterstützung des Postsportverein Dresden e.V. für die Deutsche Meisterschaft Orientierungslauf (i. H. v. 400 €)
- Zusammenarbeit mit dem ADFC Dresden e. V. im Rahmen des Programmes 2024 (i. H. v. 340 €)
- Fahrtgutschriften für das Projekt "100fach mobil" vom Landesverband Nachhaltiges Sachsen e. V. in Pirna, Markleeberg und Frankenberg (i. H. v. 300 €)
- Spende für Fotobuch an den Förderverein Westschule e. V. in Jena (i. H. v. 300 €)
- Fahrtgutschrift für das HeuHoj Camp des Naturschutzstation Osterzgebirge e. V. (i. H. v. 290 €)
- Fahrtgutschrift für den Dresdner Kammerchor (i. H. v. 250 €)
- Preisgeldspende für den Freiwilligen-Agentur Halle (Saale) e. V. (i. H. v. 250 €)
- Unterstützung des dies academicus der TU Dresden Integrale (i. H. v. 250 €)
- Fahrtgutschrift für den SSV Rottluff e. V. in Chemnitz (i. H. v. 200 €)
- Zusammenarbeit mit dem Familienzentrum Radebeul für das Jahresprogramm (i. H. v. 200 €)
- Unterstützung des Radtourenprogramms des ADFC Chemnitz e. V. (i. H. v. 160 €)
- Fahrtgutschrift für die Kunstausstellung Pochen Biennale in Chemnitz (i. H. v. 150 €)
- Kultursponsoring für Konzert von The Originators in Chemnitz (i. H. v. 150 €)
- Zuwendung für den Palaisommer 2024 in Dresden (i. H. v. 125 €)
- Fahrtgutschrift für Schulprojekte des VEE Sachsen e. V. (i. H. v. 120 €)
- Unterstützung des Radwanderkalenders des ADFC Magdeburg (i. H. v. 100 €)
- Preissponsoring von Gutscheinen für das Autofasten Thüringen (i. H. v. 100 €)
- Fahrtgutschrift für das Straßenfest Stauffenbergallee in Erfurt an die Initiative Stauffenbergallee (i. H. v. 78 €)
- Fahrtgutschrift für den Christopher Street Day an den Erfurt Pride e. V. (i. H. v. 63 €)
- Unterstützung von Fridays for Future Leipzig (i. H. v. 35 €)
- Eintritt in den Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e. V.

Fortlaufend

- Angebot dauerhaft vergünstigter Nutzungsentgelte für verschiedene verkehrsökologische Vereine und Initiativen bzw. deren Mitglieder (ADFC, BUND, VCD)
- Jährliche Weihnachtsaktionen mit einem Fixbudget i. H. v. 20-25 TEUR
 - Spende an den FUSS e. V. in Höhe von 11.000 € im Rahmen der Weihnachtsaktion 2024
 - Unterstützung des Projekts "bespielbare Stadt" in Jena mit 13.000 € im Rahmen der Weihnachtsaktion 2022
- Hinzu kommen direkte Spenden, u. a. an den Verein Verkehrswende in Kleinen Städten e. V. (2022 30.000 €)
- freiwillige CO₂-Kompensation aller Fahrten über die DKV-Tankkarte, Ausgaben (netto) jährlich:

- 2022: 37.217,30 €
- 2023: 46.606,38 €
- 2024: 70.503,88 €
- Mitarbeit an den Vergabegrundlagen des Umweltzeichens Blauer Engel: Personalaufwand von 5 Tagen pro Jahr (in den Bereichen Geschäftsführung, Fuhrpark, Flottensteuerung, Stadtbüroleitende)
- Engagement im Bundesverband Carsharing e. V.: 550 Stunden im Berichtszeitraum
- Engagement eines Mitarbeiters im Vorstand des Vereins Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.
- Hinzu kommen Leistungen, die nicht monetarisiert werden können, wie bspw. Erstellung von Pressemitteilungen, Grafiken, Social Media Posts etc.
- Mitgliedschaften, die das Unternehmen in verschiedenen Vereinen hält:
 - Bundesverband Carsharing e. V. (bcs)
 - Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e. V. und Gemeinwohl-Ökonomie Mitteldeutschland e.V.
 - Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC)
 - Verkehrsclub Deutschland e. V. (VCD)
 - Ökolöwe - Umweltbund Leipzig e. V.
 - Lokale Agenda 21 für Dresden e. V.
 - Haus der Demokratie Leipzig e. V.
 - Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankes e. V.

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Der Nutzen soll in beide Richtungen strahlen: Durch die Förderung einer guten Idee bzw. eines nachhaltigen Projekts soll zugleich die Marke teilAuto/ cityflitzer positiv wahrgenommen werden. Hierbei ist nicht nur die Außenwirkung i. S. der Neukund*innengewinnung entscheidend, gleichermaßen soll der Gemeinschaftsgedanke unter den Nutzer*innen und die Identifikation mit „ihrer“ Carsharing-Organisation gestärkt werden. Darüber hinaus werden insbesondere im Zuge der Weihnachtsaktion Maßnahmen ergriffen, die immer eine gesellschaftliche Wirkung/ einen gesellschaftlichen Nutzen haben. Hinzu kommen verschiedene Spendenmaßnahmen.

Über Fahrtgutschriften für Vereine oder gemeinnützige Unternehmen werden Nutzer*innen mit gemeinwohlorientierten Projekten direkt unterstützt, auch wenn kein direkter Zusammenhang mit dem Geschäftszweck oder konkreten Marketingzielen besteht.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Eine generelle Einschätzung kann hierfür nur schwer vorgenommen werden. Freiwillige Unterstützungsleistungen sollen einerseits einen konkret messbaren Nutzen für ein bestimmtes Projekt bzw. eine Initiative besitzen und deren Arbeit verstetigen helfen. Andererseits geht es auch darum, positive Beispiele zu setzen und diese auch bekannt zu machen. So können ggf. weitere Unterstützer*innen gewonnen werden bzw. Inhalte durch das Unternehmen mit verbreitet werden.

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das

Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Das unternehmenseigene Selbstverständnis in Bezug auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen sowie die ökologische Grundausrichtung der Unternehmenstätigkeit verbunden mit dem unbedingten Einsatz für eine durchweg nachhaltige Mobilität ist tief im Bewusstsein der Geschäftsführung und der Mitarbeitenden verankert. Hierbei steht das Unternehmensleitbild als Handlungsrichtlinie an erster Stelle.

Nennenswerte Unterstützungsleistungen, die über den lokalen Rahmen hinausgehen, werden regelmäßig im Fach- und Führungskräftekreis besprochen, ebenso Sinn und Wirkung des jährlichen Engagements im Rahmen der Weihnachtsaktion oder überregionale Aktionen. Den Schwerpunkt bilden dabei gemäß Unternehmensleitbild Projekte mit vorwiegend verkehrsökologischer Ausrichtung.

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Die Gesamtstrategie für das ehrenamtliche Engagement des Unternehmens fokussiert sich auf Unterstützung von gesellschaftlichen Initiativen zur Förderung der Mobilitätswende. Als wichtigstes Ziel ist im Unternehmensleitbild festgeschrieben, *"den Umweltverbund (Fußverkehr, Radverkehr und öffentlicher Personennahverkehr) als tragende Säule des städtischen Verkehrs durchsetzen zu helfen sowie im überregionalen Verkehr die bessere Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu bewirken, indem die Rolle des Kfz auf eine möglichst geringe Größenordnung begrenzt wird und damit Kfz-Bestand und -Nutzung erheblich reduziert werden."* Diese Zielsetzung war bereits in der Satzung des teilAuto Halle (Saale) e. V. formuliert. Darüber hinaus werden auch Projekte unterstützt, die soziales und gesellschaftliches Miteinander fördern.

Weiterhin ist Bestandteil der Gesamtstrategie, im Rahmen der Vernetzung des Umweltverbunds und weiterer für das Unternehmen wichtiger Akteur*innen das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitenden zu unterstützen und zu fördern, insbesondere durch weitgehend flexible Arbeitszeitmodelle.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2024

1,5 – 2 %

2023

1,5 – 2 %

2022

1,5 – 2 %

Schätzung der monetarisierten Leistung in % des Umsatzes (eingeflossen sind Mittel für lokale Unterstützungsmaßnahmen, überregionale Spenden, ca. 10 % der Gesamtjahresarbeitszeit einschl. Geschäftsführung, Mittel für CO₂-Kompensation).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Weihnachtsaktionen mit gesellschaftlicher Zielrichtung und Wirkung

Weihnachtsaktion zugunsten des Projektes "bespielbare Stadt" in Jena. Mit dem Ziel, Schulwege kindgerechter und sicherer zu gestalten, wurden die Schulwege von 400 Kindern einer Grundschule in Jena analysiert und ein Konzept entwickelt. Hier finden sich [Projektbeschreibung](#) und [Ergebnisse](#).

Weihnachtsaktion zugunsten des FUSS e. V. zur Förderung des Fußverkehrs. Die Spenden im Rahmen der Abmeldung von Kund*innenkarten gingen an den Verein, u. a. auch zur Ausrichtung des Deutschen Fußverkehrspreises. Alle Informationen [hier](#).

Unterstützung von verkehrsökologischen Vereinen & Projekten

ADFC Chemnitz e. V., ADFC Dresden e. V., ADFC Sachsen-Anhalt, Autofasten, autofreie Tage, FUSS e. V., PARKing Day, Projekt "100fach mobil" vom Landesverband Nachhaltiges Sachsen e. V., Verkehrsclub Deutschland e. V., , Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.

Unterstützung von Umweltverbänden & Umweltschutzprojekten

BUND Leipzig, BUND Thüringen e. V., BUNDjugend Magdeburg, fairwertbar e. V., Fridays for Future Leipzig, Halle Zero e. V., Klimawald der Evangelischen Kirche Mitteldeutschland, Lokale Agenda 21 für Dresden e. V., Naturschutzstation Osterzgebirge e. V., Ökolöwe – Umweltbund Leipzig e. V., Thüringer Ökoherz e. V.

Unterstützung von sozialen Einrichtungen & Initiativen

Ausländerrat Dresden e. V., Autismusambulanz Sachsen-Anhalt, Christopher Street Day des Erfurt Pride e. V., Familienzentrum Radebeul, Freiwilligen-Agentur Halle (Saale) e. V., Friedenskreis Halle e. V., Kinderblick Seeben Halle, Kirchengemeinde Connewitz, Netzwerk für Integration und Zukunft e. V., Perspektiven für Kinder auf dem Westbalkan e. V., TAFEL Dresden e. V.

Unterstützung von kulturellen Projekten

Banda Communale (Band), Festival Konsumgut:Ost Chemnitz & Dresden, GEH8 Kunst Raum Ateliers gUG Dresden, internationales Festivals für urbane Kunst des ibug e.V., Jazzclub Tonne e. V. Dresden, Kammerchor Dresden, Kino Datsche e. V. Leipzig, Konzert von The Originators in Chemnitz, Kultur am Pavillon Dresden, Kunstaussstellung Pochen Biennale Chemnitz, Literatur JETZT! e. V., Palaissommer Dresden, Riesa EFAU (Kultur Forum Dresden e. V.), Rotzfrech Cinema in Thüringen, Silbermann-Tage, Skillz e. V. Leipzig, Werkleitz Festival im Mansfelder Land.

Unterstützung von Bildungsprojekten

dies academicus der TU Dresden Integrale, Förderverein Westschule e. V. in Jena, Literatur JETZT! Festival in Dresden, Projekt "social spots" der Bauhaus-Universität Weimar, Schulprojekte des VEE Sachsen e. V., SuRban e. V. Erfurt.

Unterstützung von Sportvereinen

Dresdner Sportclub e. V., FC Blau-Weiß Leipzig e. V., Handball-Club Leipzig e. V., Postsportverein Dresden e. V., SSV Rottluff e. V. Chemnitz, SV Dresden-Mitte e. V.

Dauerhafte Vergünstigungen für Mitglieder verkehrsökologischer Vereine und Initiativen

im sogenannten Kooperationstarif.

CO2-Kompensation

Freiwillige CO₂-Kompensation über die DKV-Tankkarte. Jedes Mal, wenn Kund*innen die Tankkarte DKV Card CLIMATE benutzen, fließt ein CO₂-Aufschlag an myclimate Deutschland und von dort direkt in zertifizierte Klimaschutzprojekte überall auf der Welt, in denen CO₂ in dem Umfang kompensiert wird, wie durch die Verbrennung der getankten Menge Kraftstoff entsteht. Damit lassen sich Mobilität, Umweltschutz und aktive Verantwortung einfach und nachhaltig verbinden. Weil wir dem Gemeinwohl verpflichtet sind, legen wir die daraus entstehenden Mehrkosten nicht einfach auf den Mietpreis für die Fahrzeuge – und damit auf die Kund*innen – um, sondern

übernehmen die Kosten für mehr Klimafreundlichkeit selbst.

Die freiwilligen Ausgaben beliefen sich im Berichtszeitraum auf:

2022: 37.217,30 €

2023: 46.606,38 €

2024: 70.503,88 € (jeweils netto).

Freiwillige Mitarbeit Vergabegrundlagen Umweltzeichen Blauer Engel

Personalaufwand von 5 Tagen pro Jahr (in den Bereichen Geschäftsführung, Fuhrpark, Flottensteuerung, Stadtbüroleitende).

Engagement im Bundesverband Carsharing

550 Stunden im Berichtszeitraum.

Engagement eines Mitarbeiters im Vorstand des Vereins Verkehrswende in Kleinen Städten e. V.

Unterstützung für Hilfsaktionen Ukraine

Im Jahr 2022, als der Angriffskrieg auf die Ukraine begann, wurden verschiedene Hilfsaktionen unterstützt. Dies umfasste sowohl Fahrtgutschriften, Preisnachlässe für Transporter und Busse sowie Spenden an Hilfsinitiativen. Insgesamt beliefen sich die Unterstützungen auf 60.000 €.

Beitritt in den Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e. V.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Stärkere öffentliche Bekanntmachung der Projekte

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung?

Hierzu bestehen keine Risiken. Eine Tendenz oder Praxis zur Steuervermeidung bzw. der Entzug von Unternehmensgewinnen aus dem Verfügungsanspruch des Gemeinwesens kann ausgeschlossen werden.

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Nein, das ist nicht der Fall.

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Nein, das ist nicht der Fall.

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?

Nein, das ist nicht der Fall.

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Nein, das Risiko kann ausgeschlossen werden.

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Reporting? Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?	Ja, diese sind über die extern geführte Buchhaltung sowie zentral im Unternehmen gehaltene Verträge jederzeit einsehbar. Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting? Es gibt keine internationalen Finanztransaktionen. Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen? Es bestehen keine derartigen Risiken.
Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.	Das Unternehmen ist nicht Teil eines internationalen Konzerns und betreibt keine Niederlassungen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland.
Länderspezifisches Reporting	Diese Kennzahlen sind für das Unternehmen nicht zutreffend. Das Unternehmen ist nicht Teil eines internationalen Konzerns und betreibt keine Niederlassungen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland.
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt	Kein Anlass Hierfür bestand kein Anlass.
Verbesserungspotenziale/Ziele	Kein Anlass Hierfür besteht auch künftig kein Anlass.

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen? Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern? Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen? Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen? Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien? Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben? Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption	Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen? Korruptionsrisiken sind grundsätzlich nicht auszuschließen. Weder innerhalb des Unternehmens noch bei Kund*innen, Mitunternehmen oder Lieferant*innen sind sie bislang jedoch erkennbar oder abzusehen. Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern? Für die Freigabe von Rechnungen sowie die Auftragsvergabe oberhalb klar definierter und überschaubarer Grenzen gilt das Vier-Augen-Prinzip. In der Regel erfolgt eine Trennung von Planung, Vergabe und Abrechnung, so durchlaufen alle Dauerschuldverhältnisse (auch Stationsmietverträge) das zentrale Management, bevor sie an die extern geführte Buchhaltung weitergegeben werden. Bestimmte Bereiche, insbesondere im Schaden- und Beschaffungsmanagement (Fahrzeugeinkauf), kommen u. U. mit möglichen Korruptionspraktiken in Verbindung, bspw. weil sich ein*e Partner*in bestimmte Aufträge sichern will. Hierbei werden die Mitarbeitenden besonders sensibilisiert und ein Geschäftsführer trägt die direkte
--	--

getroffen?
Wie werden Interessenkonflikte
(persönliche Interessen
gegenüber Firmeninteressen)
sichtbar gemacht, und welche
entsprechenden Verhaltensregeln
gibt es?

Mitverantwortung. Sog. „Weihnachtsspenden“ (Zuwendungen in Form von Jahresendpräsenten) und Einladungen zu Sportveranstaltungen werden transparent an alle Mitarbeitenden zur freien Bewerbung/ Inanspruchnahme ausgelobt, eine Vorteilsnahme für bestimmte Lieferant*innen verbindet sich damit nicht.

Neben der Funktionstrennung (Geschäftsführung vs. Fachbereich vs. lokale Verantwortliche) und einer Politik der offenen Türen, gibt es über das Datenbank- und Kund*innenhaltungssystem, auf das alle Mitarbeitenden Zugriff haben, eine starke gegenseitige Kontrolle. Bevorzugungen bestimmter Kund*innen oder Kund*innengruppen sind damit unwahrscheinlich bzw. fallen schnell unter allen Mitarbeitenden auf. Eine eigene Organisationsanweisung zum Umgang mit Geschäftskund*innen mit sehr eindeutigen Richtlinien komplettiert dies für den B2B-Bereich. Im unternehmenseigenen Wiki sind weiterhin alle relevanten Handlungsanweisungen niedergelegt; diese sind verbindlich anzuwenden. Die Verwendung der lokalen Marketingbudgets wird am Jahresende gegenüber der Geschäftsführung nachgewiesen.

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

Mit Amts- und Entscheidungsträgern wird stets auf sachlicher Ebene und mit einem Höchstmaß an Transparenz und Neutralität verhandelt.

Welche Lobbyingaktivitäten betreibt das Unternehmen?

Die Lobbyingaktivitäten beschränken sich auf die öffentliche und sachliche Darstellung der Vorteile einer Carsharing-Nutzung sowie die Mitarbeit im Bundesverband Carsharing e. V. Hauptschwerpunkt dabei ist die Verbesserung des Angebots in Form neuer Standorte, insbesondere im öffentlichen Straßenraum.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Es fließen keine Spenden an politische Parteien. In Einzelfällen gibt es Unterstützungsleistungen in Form einer vergünstigten Carsharing-Nutzung durch Rabatte oder Fahrtguthaben. Diese unterliegen immer der Entscheidung der lokalen Verantwortlichen (Regionalleiter*innen) und keiner zentralen Unternehmensstrategie i. S. einer Bevorzugung oder strategischen Beeinflussung politischer Willensbildungsprozesse zugunsten des Unternehmens oder seiner Angestellten.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Aus dem im Unternehmensleitbild festgeschriebenen Unternehmenszweck/ -ziel und der Fixierung auf nachhaltige Themen resultiert ein Selbstverständnis des transparenten und fairen Umgangs mit allen zur Verfügung stehenden Ressourcen des Unternehmens und allen eingebundenen Akteur*innen. Glaubwürdigkeit und Unbestechlichkeit spielen dabei eine tragende Rolle. Dies wird bei Mitarbeitendengesprächen und auch bei vielen fachlichen Treffen stets auf das Neue thematisiert. Im Berichtszeitraum wurden Sensibilisierungsmaßnahmen der Mitarbeitenden durchgeführt, so insbesondere auf Mitarbeitendenversammlungen. Die Belegschaft wurde aktiv aufgefordert, Korruption anzuzeigen unter der Zusicherung von Schutz und Anonymität.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Aufgrund der überschaubaren Unternehmensstruktur, dem kleinteiligen Rahmen für Entscheidungsprozesse sowie des Funktionstrennungs- und Vier-Augen-Prinzips besteht für eine besondere Berücksichtigung möglicher Korruptionsrisiken in Entscheidungsprozessen bisher kein Anlass. Beispielsweise werden Ausschreibungen im Mehr-Augen-Prinzip bearbeitet und einzelne Schritte der Zusammenarbeit bspw. mit

Werkstätten auf mehrere Mitarbeitende verteilt.

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Eine Überschneidung von persönlichen Interessen mit Interessen des Unternehmens kann auf Ebene der Mitarbeitenden durch das Prinzip der gegenseitigen Kontrolle bzw. des Vier-Augen-Prinzips sowie einer fairen und leistungsgerechten Entlohnung ausgeschlossen werden. Auf Ebene der Geschäftsführung bzw. der Gesellschafter garantiert der Gesellschaftervertrag, dass sich persönliche und Firmeninteressen nicht überschneiden. Bei Entscheidungen gilt hier zudem das Konsensprinzip.

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

2024

Ja

2023

Ja

2022

Ja

Es gibt keine Parteispenden.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

2024

Ja

2023

Ja

2022

Ja

Über die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit und die sachneutrale Interessenvertretung pro Carsharing hinaus gibt es keine gesonderten Lobbyingaufwendungen.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

2024

Ja

2023

Ja

2022

Ja

Sensibilisierungsmaßnahmen auf Mitarbeitendenversammlungen.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv aspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

2024

Ja

2023

Ja

2022

Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Sensibilisierung der Mitarbeitenden

Im Berichtszeitraum wurden Sensibilisierungsmaßnahmen der Mitarbeitenden durchgeführt, so insbesondere auf Mitarbeitendenversammlungen. Die Belegschaft wurde aktiv aufgefordert, Korruption unter der Zusicherung von Schutz und Anonymität anzuzeigen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Korruptionsprävention durch Umwandlung in eine Genossenschaft

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

- klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
- Feinstaub und anorganische Emissionen
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
- ionisierende Strahlung
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
- Landverbrauch
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Als Bereiche mit den höchsten negativen Umweltwirkungen können Fahrten zur Ein- und Aussteuerung (inkl. Fahrzeugtransport) sowie die regelmäßige Reinigung und Werkstattfahrten identifiziert werden. Der Anteil dienstlicher Buchungen an der Gesamtflotte lag 2024 bei 0,42 % und ist damit deutlich gesunken gegenüber dem Vorberichtszeitraum (0,66 %). In die Betrachtung eingeflossen sind die Servicemobilfahrzeuge zur regelmäßigen Fahrzeugpflege und Wartung, welche den größten Anteil dienstlicher Fahrten ausmachen. Beim Heizenergieverbrauch kann von ca. 0,5 Tonnen CO₂ je Mitarbeitendem im Durchschnitt ausgegangen werden.

Als Zusatz für die Scheibenflüssigkeit wird Scheibenreiniger auf Natriumsulphatbasis sowie Scheibenfrostschutz auf Basis Wasser/ Ethanol verwendet (beides biologisch abbaubar). Für die Innenreinigung wird ein umweltfreundlicher Werkstattreiniger auf Basis Alkalischer Tenside verwendet (AOX-frei, biologisch abbaubar). Eine Außenreinigung der Fahrzeuge wird in der Regel durch die Servicemobile nicht durchgeführt, jedoch können Kund*innen eine Waschanlage kostenfrei während ihrer Buchung in Anspruch nehmen, hierfür bestehen keine besonderen Vorgaben oder Anreizsysteme.

Als Büropapier kommt ausschließlich Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen Blauer Engel zum Einsatz, zugleich wird auf doppelseitige Ausdrucke sowie die Wiederverwendung als Konzeptpapier Wert gelegt. Die Papierablage beschränkt sich auf das absolut Nötigste (z. B. Kund*innenverträge), regulär wird Kund*innenpost im digitalen Archiv gespeichert.

Die Bemessung der Bürogrößen orientiert sich am erforderlichen Mindestmaß (Dresden, Erfurt, Halle < 20 qm) bzw. an einer energieeffizienten Auslastung (Leipzig 25 Mitarbeitende auf neun Räume < 20 qm). Alle Bürostandorte beziehen zertifizierten Ökostrom.

Die Buchungsserver beim Dienstleister sowie die unternehmenseigenen Server zum Betrieb der Webseite und App werden mit Ökostrom betrieben.

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Der Anteil der dienstlichen Nutzungen wird standardmäßig statistisch ausgewertet. Dienstbuchungen müssen immer von den Mitarbeitenden mit einem Hinweis auf Fahrtgrund/ -ziel gekennzeichnet werden und werden stichprobenartig monatlich ausgewertet. Bei notwendigen Dienstfahrten zu Terminen wird verstärkt auf die Nutzung vorhandener Elektrofahrzeuge gesetzt. Aufgrund der Größe des Unternehmens und der abgegrenzten Verantwortlichkeiten in personell überschaubaren Bereichen werden bislang keine Umweltkonten zentral oder für die einzelnen Standorte geführt bzw. veröffentlicht.

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2024

Aufgrund der Änderung der Typzulassung vom Standardzyklus NEFZ zu WLTP sind die Flottenemissionen nicht sinnvoll vergleichbar. Dies gilt in ähnlicher Form auch für andere Schadstoffe. So können Angaben zum NO_x-Ausstoß mangels verlässlicher

Herstellungsangaben bzw. aufgrund fehlender Werte für bestimmte Fahrzeugtypen nicht gemacht werden. Weitere Verbrauchsangaben können für die Büronutzung aufgrund ausstehender Abrechnungen nur für das Jahr 2023 und nur für den Bürostandort Leipzig (als maßgebliche Größe) gemacht werden. Hinsichtlich des Wasser- und Chemikalienverbrauchs handelt es sich um ungefähre Angaben aufgrund von Erfahrungswerten, die Mengen werden von den Fahrzeugbetreuer*innen nicht einzeln erfasst. In Bezug auf Motoröl und Kraftstoffzusätze (z. B. AdBlue) fehlen verlässliche Angaben zum Gesamtverbrauch, da diese nur teilweise gesammelt erfasst werden bzw. je Fahrzeugtyp und Antrieb sehr unterschiedlich ausfallen.

Berechnung der dienstlichen und allgemeinen Flottenemissionen

Berechnungsparameter	2022	2023	2024
Dienstfahrten p. a. (km)	146.091	142.282	217.883
Anteil an Flotten-Km gesamt (%)	0,40 %	0,33 %	0,42 %
Verbrauch Ottokraftstoff (l)	1.291.526	1.428.627	1.903.992
Verbrauch Diesellokraftstoff (l)	1.058.849	1.098.881	1.143.754
CO ₂ -Ausstoß Flotte gesamt (t)	6.108	6.554	7.840
CO ₂ -Ausstoß Dienstfahrten (t)	24,2	21,4	32,7

Bei der Einrechnung von E-Fahrzeugen wird davon ausgegangen, dass diese keinen CO₂-Ausstoß verursachen und zu 100 % mit Strom aus regenerativen Energiequellen angetrieben werden. Der Anstieg der realen CO₂-Emissionen der Flotte resultiert zum einen aus einem deutlich gestiegenen Buchungs- bzw. Fahrtaufkommen und der gewachsenen Flotte, zum anderen aus dem signifikant höheren Anteil an Benzinfahrzeugen, insbesondere im Kleinwagenbereich.

Im Vergleich zum Vorbericht ist der Anteil dienstlicher Fahrten gesunken – trotz deutlich gewachsener Flotte und damit höherem Aufwand für Servicemobile. Zudem wurden im Berichtszeitraum Servicemobile in Weimar und Jena internalisiert und in anderen Städten ausgebaut, sodass das Gesamtvolumen von Servicemobile-Fahrten gewachsen ist.

Angaben zu weiteren einzelnen Verbrauchsarten (2023)

Verbrauchsart Büro	Wert
Stromverbrauch (Leipzig)	9.354 kWh
Heizenergieverbrauch (Leipzig)	55.499 kWh
Energieverbrauch je m ²	52,92 kWh
Wasserverbrauch (Leipzig)	401,74 m ³
Verbrauchsart Fahrzeuge	Liter p. a.
Chemikalienverbrauch Fahrzeuge (Frostschutz/ Klarsicht)	2900 Liter
Wasserverbrauch Fahrzeuge	14.000 Liter

Die Senkung des Heizenergieverbrauchs gegenüber dem vorherigen Berichtszeitraum trotz höherer Mitarbeitendenzahlen lässt sich auf die Reparatur/ Optimierung von Thermostaten in mehreren Räumen zurückführen. Der Anstieg in der Verbrauchsart

Fahrzeuge ist durch die deutlich gestiegene Anzahl von Fahrzeugen in der Flotte zu begründen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Senkung des Anteils dienstlicher Fahrten

Der Anteil dienstlicher Buchungen an der Gesamtflotte lag 2024 bei 0,42 % und ist damit deutlich gesunken gegenüber dem Vorberichtszeitraum (0,66 %). Dies konnte durch effiziente Routenplanung erreicht werden– trotz deutlich gewachsener Flotte und damit höherem Aufwand für Servicemobile. Zudem wurden im Berichtszeitraum Servicemobile in Weimar und Jena internalisiert und in anderen Städten ausgebaut, sodass das Gesamtvolumen von Servicemobile-Fahrten gewachsen ist.

Weitere Verbesserung der Flotte

Im Berichtszeitraum wurde weiterhin eine Beschaffungspolitik gemäß den für Carsharing-Flotten geltenden Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (RAL-UZ 100) betrieben. Die ökologischen Kriterien beim Fahrzeugkauf betreffen: geringer Kraftstoffverbrauch, Langlebigkeit, hoher Anteil von Kleinst- und Kleinwagen, geringe Motorisierung in allen Fahrzeugklassen, CO₂-arme Motoren- und Abgastechnik, strengere Abgasnormen als die Vorgängerfahrzeuge.

Senkung des Heizenergieverbrauchs

Trotz steigender Zahl von Mitarbeitenden konnte der Heizenergieverbrauch des Firmensitzes durch Thermostat-Regulierungen reduziert werden.

Auswahl eines Dienstleisters mit Ökostrom-betriebenen Servern

Im Zuge des Systemwechsels des Buchungssystems 2022 wurde sich für einen Dienstleister entschieden, dessen Server mit Ökostrom und in Deutschland betrieben werden.

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im

Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

CO₂-Kompensation

Freiwillige CO₂-Kompensation über die DKV-Tankkarte. Jedes Mal, wenn Kund*innen die Tankkarte DKV Card CLIMATE benutzen, fließt ein CO₂-Aufschlag an myclimate Deutschland und von dort direkt in zertifizierte Klimaschutzprojekte überall auf der Welt, in denen CO₂ in dem Umfang kompensiert wird, wie durch die Verbrennung der getankten Menge Kraftstoff entsteht. Damit lassen sich Mobilität, Umweltschutz und aktive Verantwortung einfach und nachhaltig verbinden. Weil wir dem Gemeinwohl verpflichtet sind, legen wir die daraus entstehenden Mehrkosten nicht einfach auf den Mietpreis für die Fahrzeuge – und damit auf die Kund*innen – um, sondern übernehmen die Kosten für mehr Klimafreundlichkeit selbst.

Die freiwilligen Ausgaben beliefen sich im Berichtszeitraum auf:

2022: 37.217,30 €

2023: 46.606,38 €

2024: 70.503,88 € (jeweils netto).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Berechnung des ökologischen Fußabdrucks des Unternehmens

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Im Vergleich zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?

Für einen detaillierten Vergleich innerhalb der Branche fehlt die Datengrundlage. Generell kann festgestellt werden, dass

- das Unternehmen die Vergabekriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (RAL-UZ 100) erfüllt und sogar übertrifft, aufgrund einer promisslosen Beschaffungsstrategie in der Flottenentwicklung,
- der Anteil der E-Fahrzeuge in der Flotte über dem bundesweiten Anteil rein elektrischer Pkw von 3,3 Prozent liegt. Zudem liegt sie höher als die Vergabekriterien des Umweltzeichens Blauer Engel es verlangen (5 %),
- die CO₂-Emissionen der Verbrennerfahrzeuge auf Unternehmenskosten kompensiert werden,
- E-Fahrzeuge mit 100 % Ökostrom an den Stationsladesäulen geladen werden,
- die Dienstwagennutzung wesentlich niedriger ausfällt als in anderen Branchen (es gibt keine Dienstwagenprivilegien) und auf das Notwendigste reduziert ist,
- sich die Beschaffung von Verbrauchsmaterialien generell an Umweltkriterien orientiert,
- Neubeschaffungen von Arbeitsmitteln (z. B. Büromöbel) immer an nachhaltigen und gesundheitlichen Standards gemessen werden.

Im Vergleich zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Für einen Vergleich mit Unternehmen in demselben Geschäftsfeld existieren kaum Vergleichswerte, zumal sich auch ähnliche Carsharing-Organisationen stark in ihren Fuhrparkprozessen unterscheiden, insbesondere im Hinblick auf die Verteilung in den jeweiligen Bedienebenen und die Organisation ihrer Fuhrparkbetreuung. Im Vergleich zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld kompensiert das Unternehmen freiwillig die CO₂-Emissionen der gesamten Flotte, was mit erheblichen jährlichen Ausgaben verbunden ist und dennoch nicht auf die Kundschaft umgelegt wird. Das Unternehmen

steigert den Anteil von E-Fahrzeugen kontinuierlich und bereits deutlich über den Anforderungen des Umweltzeichens Blauer Engel, während es sich zusätzlich noch ambitioniertere Ziele setzt. Das Unternehmen hält das Umweltzeichen RAL-UZ 100 bereits seit 1999 durchgehend und arbeitet an der Fortentwicklung mit.

Exemplarisch seien folgende Vergabekriterien aufgeführt:

- 5 % der Fahrzeugflotte müssen rein batterieelektrische Fahrzeuge sein (17,9 % bei teilAuto);
- mindestens 70 % der Flotte müssen aus den Fahrzeugklassen Minis, Kleine, Kompakte & Hochdachkombi stammen (93 % bei teilAuto);
- mindestens 40 % müssen aus den Fahrzeugklassen Minis und Kleine stammen (52 % bei teilAuto);
- die Grenzwerte für CO₂-Emissionen pro Fahrzeug-Segment (gem. Kraftfahrt-Bundesamt) werden durchweg erfüllt;
- die Übergangsfristen für ältere Diesel (Stickoxidausstoß) und Benzinfahrzeuge (Partikelausstoß) werden vom Unternehmen nicht benötigt.

Das Volumen an dienstlich zurückgelegten Fahrten fällt geringer aus, durch:

- Möglichkeit der dienstlichen Nutzung von Bahncards und Deutschlandtickets und der Priorisierung von Bahnfahrten im Zuge von Terminen (Nutzung als Arbeitszeit);
- im Rahmen der Servicechecks werden i. d. R. keine Fahrten zu Waschanlagen oder Serviceplätzen durchgeführt, Kontrolle und (Innen-)Reinigung erfolgen direkt am Fahrzeugstandort;
- auch kleinere Reparaturen werden am Fahrzeugstandort durchgeführt, um Werkstattfahrten zu minimieren;
- Servicemobile in Dresden und Leipzig werden mit Lastenfahrrädern ausgestattet, um Servicechecks am Fahrzeug CO₂-neutral durchzuführen;
- im Zuge von Fahrzeug-Ein- und -Aussteuerungen wird verstärkt auf Sammeltransporte zurückgegriffen, zudem werden vielfach lokale Partner*innen bei Aussteuerungen eingebunden, was zusätzliche Fahrten vermeiden hilft;
- einige Mitarbeitende des Servicemobils in Dresden nutzen E-Fahrzeuge für die Fahrzeugchecks. Diese Fahrzeuge sind Teil der Flotte und stehen am Wochenende zur Nutzung durch Kund*innen zur Verfügung. So kann sowohl die Fahrzeugpflege klimaneutral durchgeführt als auch die Auslastung der Fahrzeuge über alle Wochentage hinweg effizient gestaltet werden.

**Relevante Vergleichswerte
bezüglich Umweltkonten oder
Wirkungskenngrößen (siehe
E3.1) in der Branche bzw.
Region**

2024

Es existieren keine Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten. Die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes in der Flotte kann nicht mehr vergleichbar betrachtet werden. Die bisherige Betrachtung funktioniert nicht mehr, seitdem 2017 begonnen wurde, Fahrzeugtypen nicht mehr nach NEFZ, sondern nach WLTP zu homologieren (= Typzulassung). Bereits noch unter Gültigkeit des NEFZ-Standards lag der realistische Verbrauch nach eigener Erfahrung ca. 30-40 % über den Werten nach Typzulassung. Durch die Umstellung auf den deutlich realistischeren WLTP-Zyklus wurde dieser Sprung dann auch in den tatsächlich ausgewiesenen Werten ablesbar, d. h. die alten (NEFZ-)Werte sind mit den neuen (WLTP) nicht vergleichbar. Außerdem hat der Wechsel von Diesel auf Benzin bspw. bei den Kleinwagen den CO₂-Ausstoß auch gleichermaßen erhöht, was wiederum an der Kraftstoffart liegt. Das Fortschreiben der bisherigen Werte ist daher nicht zielführend. Dennoch betreibt das Unternehmen eine fortwährende Flottenerneuerung, in deren Rahmen es bemüht ist, jeweils emissionsärmere Fahrzeuge für diejenigen zu beschaffen, die gerade abgelöst werden.

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Weitere Verbesserung der Flotte

Im Berichtszeitraum wurde weiterhin eine Beschaffungspolitik gemäß den für Carsharing-Flotten geltenden Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (RAL-UZ 100) betrieben. Die ökologischen Kriterien beim Fahrzeugkauf betreffen: geringer Kraftstoffverbrauch, Langlebigkeit, hoher Anteil von Kleinst- und Kleinwagen, geringe Motorisierung in allen Fahrzeugklassen, CO₂-arme Motoren- und Abgastechnik, strengere Abgasnormen als die Vorgängerfahrzeuge.

CO₂-Kompensation

Freiwillige CO₂-Kompensation über die DKV-Tankkarte. Jedes Mal, wenn Kund*innen die Tankkarte DKV Card CLIMATE benutzen, fließt ein CO₂-Aufschlag an myclimate Deutschland und von dort direkt in zertifizierte Klimaschutzprojekte überall auf der Welt, in denen CO₂ in dem Umfang kompensiert wird, wie durch die Verbrennung der getankten Menge Kraftstoff entsteht. Damit lassen sich Mobilität, Umweltschutz und aktive Verantwortung einfach und nachhaltig verbinden. Weil wir dem Gemeinwohl verpflichtet sind, legen wir die daraus entstehenden Mehrkosten nicht einfach auf den Mietpreis für die Fahrzeuge – und damit auf die Kund*innen – um, sondern übernehmen die Kosten für mehr Klimafreundlichkeit selbst.

Die freiwilligen Ausgaben beliefen sich im Berichtszeitraum auf:

2022: 37.217,30 €

2023: 46.606,38 €

2024: 70.503,88 € (jeweils netto).

Ausbau der E-Mobilität

Im Berichtszeitraum flossen hohe Investitionen sowie viel Aufwand in den Ausbau der E-Mobilität. Sowohl die Erhöhung des Anteils der E-Fahrzeuge in der Flotte als auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Stationen wurden vorangetrieben. Bei der Auswahl der Stromlieferant*innen wurde auf lokale Akteur*innen für Ökostrom statt auf Billiganbieter*innen gesetzt. Der Ausbau ging allerdings schleppender voran als geplant. Gründe dafür waren bzw. sind:

- Mangel an Stellflächen (generelle Hürde beim Angebotsausbau),
- fehlende Netzanschlüsse,
- zu spät erbrachte Planungsleistungen,
- Zuarbeiten der Netzbetreibenden,
- verfügbare Baukapazitäten,
- langsam arbeitende Stadtwerke,
- kaum bezahlbare Elektrifizierungsangebote und
- fehlende Bandbreite bei in Frage kommenden Kleinwagen.

Wir gingen davon aus, dass der E-Anteil auf dem Fahrzeugmarkt (kleine und bezahlbare E-Fahrzeuge) und die überregionalen Möglichkeiten sich schneller verbessern. Leider war dies nicht der Fall. Dennoch konnte der Anteil der E-Fahrzeuge erhöht werden und liegt mit 17,9 % deutlich über der gesamtdeutschen Quote. Der Ausbau der E-Mobilität ist hoch aufwändig und investitionslastig, dennoch konnte im Berichtszeitraum von 2022 bis 2024 der stärkste Ausbau (inkl. Förderung) der Unternehmensgeschichte realisiert werden.

Nutzung von E-Fahrzeugen für die Fahrzeugbetreuung

Mehrere Mitarbeitende des Servicemobils in Dresden nutzen E-Fahrzeuge für die Fahrzeugchecks. Diese Fahrzeuge sind Teil der Flotte und stehen am Wochenende

zur Nutzung durch Kund*innen zur Verfügung. So kann sowohl die Fahrzeugpflege klimaneutral durchgeführt werden, als auch die Auslastung der Fahrzeuge über alle Wochentage hinweg effizient gestaltet werden.

Anschaffung eines Lastenfahrrades für Servicemobil in Dresden

Ein Mitarbeiter des Servicemobils in Dresden arbeitet ausschließlich mit dem Lastenfahrrad

Weitere Nutzung des Lastenfahrrades durch Servicemobil in Leipzig

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine weiteren Maßnahmen geplant

Es sind keine Maßnahmen geplant, die über die bisher gesetzten Standards (Umweltzeichen Blauer Engel) hinausgehen.

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?

Es bestehen für den Fahrzeugbetrieb und die Bereitstellung der Dienstleistung Carsharing keine besonderen Betriebsgenehmigungen oder Umweltauflagen, die über die regulären Betriebsgenehmigungen von Kraftfahrzeugen (gesetzliche Zulassung, Versicherungspflicht, TÜV/ Abgasuntersuchung) hinausgehen.

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Als Fahrzeughalter unterliegen wir der ständigen gesetzlichen Überwachung durch die zuständigen Ordnungsbehörden und sind zur einer besonderen Sorgfaltspflicht im Fahrzeugbetrieb verpflichtet.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Beschwerden oder Kontroversen mit Anrainer*innen bestehen nicht bzw. sind uns nicht zur Kenntnis gelangt.

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?

Entsprechende Auseinandersetzungen sind uns ebenfalls nicht bekannt.

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Die vorhandenen Standards gelten für alle Standorte des Unternehmens.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Es gab im Berichtszeitraum keine Maßnahmen, die über die bisher gesetzten Standards (Umweltzeichen Blauer Engel) hinausgingen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kein Anlass

Es sind keine Maßnahmen geplant, die über die bisher gesetzten Standards (Umweltzeichen Blauer Engel) hinausgehen.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Erfasst werden grundsätzlich alle Leistungsdaten des Unternehmens und der Dienstleistung, konkret Zahlen zur Auslastung, zu Fahrleistungen, Kund*innenwachstum, Tarif- und Produktbildung. Weiterhin werden Kennzahlen zu Fahrzeugen und Fahrzeugstationen ermittelt und als Planungsgrundlage herangezogen. Hierzu gehören Kraftstoffverbrauch, CO₂-Ausstoß (mit den genannten Einschränkungen), Ausstattungsmerkmale und bestimmte Kostengrößen wie bspw. Stellplatzmieten. Durch die Abteilung Datenanalyse werden diese Daten aggregiert und für einzelne Anwendungen zur Verfügung gestellt. Jedes zweite Jahr wird eine Kund*innenbefragung getrennt nach Privat- und Geschäftskund*innen durchgeführt, deren Ergebnisse Aufschluss über die Nutzung und Zufriedenheit mit der Dienstleistung geben.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Die Ergebnisse der Kund*innenbefragung werden im Rahmen des Newsletters und auf der Webseite veröffentlicht. Die Jahresbilanz mit statistischen Daten zur Unternehmensentwicklung wird jährlich als Pressemitteilung verschickt und ist auf der Webseite zu finden. Die Unternehmensbilanz kann auf der Webseite des Unternehmensregisters eingesehen werden. Die Gemeinwohlberichte werden auf der Unternehmenswebseite veröffentlicht. Die Vergabekriterien des Umweltzeichens Blauer Engel finden sich auf der Webseite. In regelmäßigen Newslettern informiert das Unternehmen über Vorgänge, Neuerungen sowie Hintergründe für unternehmerische Entscheidungen.

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Im Rahmen des Engagements des Unternehmens für die Zertifizierung durch das Umweltzeichen Blauer Engel werden die dafür erhobenen Kennzahlen von der RAL gGmbH als Dienstleister des Umweltbundesamtes unabhängig überprüft und dokumentiert. Die erste Gemeinwohlbilanz wurde gemeinsam mit einem Berater der Gemeinwohlökonomie erstellt und alle Gemeinwohlberichte von einem zertifizierten Auditor geprüft und bewertet.

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Die Informationen zur Zertifizierung und zum Vergabeverfahren sind über die Webseite des [Umweltzeichens](#) frei zugänglich. Die Prüfgrundlagen und der Prüfbericht können beim Unternehmen eingesehen werden. Ergebnisse der [Kund*innenbefragung](#) sind auf der Webseite zugänglich. Die [Unternehmensbilanz](#) ist im Unternehmensregister veröffentlicht. Die jährliche statistische [Jahresbilanz](#) ist auf der Webseite zu finden, ebenso wie der [Gemeinwohlbericht](#).

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2024

Nein

2023

Nein

2022

Ja

Veröffentlichung von Gemeinwohl-Berichten:

2020 für 2017-18

2022 für 2019-21

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Veröffentlichung der Ergebnisse der Kund*innenbefragung 2024

Jährliche Veröffentlichung der Jahresstatistik/-bilanz

Jährliche Veröffentlichung der Unternehmensbilanz

Veröffentlichung der Zertifizierung nach dem Umweltzeichen Blauer Engel

Veröffentlichung der Gemeinwohlbilanz für 2019-21 im Jahr 2022

Regelmäßige Information zu Unternehmensentwicklungen im Newsletter

Verbesserungspotenziale/Ziele

Erhöhung der Transparenz durch Genossenschaftsumwandlung

Kund*innen und weitere Berührungsgruppen können durch Mitgliedschaft in der Genossenschaft deutlich detailliertere Informationen über Unternehmensentwicklungen erhalten und selbst mitbestimmen. Zusätzlich sollen Strukturen zur Beteiligung geschaffen werden.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Bürger*innen können jederzeit per E-Mail, Direktnachrichten an unsere Social-Media-Profile oder über das Kontaktformular auf der Unternehmenswebseite mit uns in direkten Kontakt treten. Darüber hinaus können im kommentierbaren Blogbereich der Webseite sowie auf den Social-Media-Kanälen Dialoge und Argumentationsaustausch zwischen Bürger*innen, Kund*innen und dem Unternehmen geführt werden. In persönlichen Dialog können Bürger*innen mit Mitarbeitenden des Unternehmens auch an Infoständen treten, die das Unternehmen regelmäßig auf Straßenfesten, Ökotagen o. ä. durchführt. In Zukunft wird es im Rahmen der Genossenschaftsstrukturen noch weitere Dialogmöglichkeiten geben.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Ihre Interessen können gesellschaftliche Berührungsgruppen direkt vertreten, in dem sie direkt mit uns in Kontakt treten und ihre Belange deutlich machen sowie über Vereine, die mit uns in ständigem Kontakt stehen (z. B. ADFC, BUND, VCD, FUSS e. V.), politische Gremien (z. B. Stadtrat, politische Parteien) oder Verwaltungseinheiten (Ordnungsamt, Verkehrsamt). Mitunter können Interessen auch über bestimmte Unternehmenspartner*innen (bspw. Wohnungs- oder Verkehrsunternehmen oder Vermieter*innen) wahrgenommen werden.

In kleinerem Maßstab führen regelmäßig Vorschläge und Wünsche auch von Nichtkund*innen bzw. Carsharing-Interessierten zur Prüfung von neuen Standorten und

in einigen Fällen auch zu deren Realisierung. Hier arbeitet das Unternehmen eng mit dem Verkehrswende in Kleinen Städten e. V. zusammen. So konnten im Berichtszeitraum neue Angebote in Plauen, Annaberg-Buchholz, Markranstädt, Limbach-Oberfrohna und Bautzen eröffnet werden.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Hinsichtlich seiner Fuhrparkpolitik steht das Unternehmen in regelmäßigem Austausch mit relevanten Berührungsgruppen. Konkret ist seit Jahren der Umgang mit Elektrofahrzeugen ein wesentlicher Teil der konstruktiv geführten Auseinandersetzung. Maßgebliches Medium ist hier der Blog auf der Webseite. Ein anderes Beispiel ist die Einführung von stationsunabhängigem Carsharing (cityflitzer), das in seiner Form und seiner Wirkung öffentlich stark wahrgenommen und bewertet wird. Daraus resultierende Erkenntnisse werden in ihrer Bedeutung eingestuft und evtl. auch umgesetzt (z. B. durch die Erweiterung des Geschäftsgebietes und Vergrößerung der Flotte).

Weiterhin steht das Unternehmen in regelmäßigem Austausch mit Vertreter*innen von Kooperationspartner*innen und Verantwortlichen in der Verwaltung (z. B. im Rahmen der Stationsplanung) sowie Bauträger*innen, die Mobilitätsangebote für neu entstehende Quartiere planen.

Die Dokumentation dieser Entscheidungsprozesse erfolgt i. d. R. ad hoc im jeweiligen Medium (Social Media, Blog, E-Mail) durch die jeweils Verantwortlichen (Geschäftsführung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Regionalleitung/ Stadtbüroleitung), eine systematische oder gesammelte Dokumentation existiert dazu bislang nicht.

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

2024

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Kund*innen	100
weitere gesellschaftliche Berührungsgruppen	50

2023

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Kund*innen	100
weitere gesellschaftliche Berührungsgruppen	50

2022

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Kund*innen	100
weitere gesellschaftliche Berührungsgruppen	50

Hinsichtlich der Kund*innen beträgt der Grad der Mitentscheidung 100 %, in Bezug auf weitere gesellschaftliche Berührungsgruppen beträgt der Anteil geschätzt 50 % angesichts der Maßgabe, dass prinzipiell keine Willensbildung zugunsten des privaten Pkw-Verkehrs kontra umweltfreundlicher Mobilität Berücksichtigung findet.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

2024

Ja

2023

Ja

2022

Ja

Durch die Jury Umweltzeichen Blauer Engel und den Austausch innerhalb der Branche über den Bundesverband Carsharing e. V. existiert eine solche Infrastruktur. Eine Dialogstruktur mit Kund*innen soll im Rahmen der Genossenschaftsumwandlung geschaffen werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Neue Standorte eröffnet

Plauen, Annaberg-Buchholz, Markranstädt, Limbach-Oberfrohna und Bautzen

Infostände

Auf Festen, Ökotagen, Stadtteilstesten, Messen o. ä., circa 30 im Berichtszeitraum.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Etablierung einer Beiratsstruktur in der Genossenschaft

Mitbestimmung für Genossenschaftsmitglieder

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Das Unternehmen versichert, dass zu keinem Zeitpunkt Fehlinformationen oder intransparente Geschäftspraktiken das Unternehmensbild oder seine Außendarstellung beeinflusst haben. Sachlich falsche Informationen – z. B. im Hinblick auf die Wirkung der Dienstleistung, ihrer Wirkung und den Umsetzungsstand im Unternehmen – werden nicht verbreitet.

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Hierfür gab und gibt es in der unternehmerischen Kommunikationspolitik keine Anhaltspunkte.

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Es herrscht im Unternehmen das Bewusstsein und die Überzeugung, dass alle Aussagen und Informationen dem wissenschaftlichen Kenntnisstand entsprechend nachprüfbar sein müssen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kein Anlass

Mangels Anlass boten sich hierfür keine Verbesserungsmöglichkeiten.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kein Anlass

Auch für die Zukunft herrscht darüber Konsens, dass keine falschen Informationen veröffentlicht werden.

Kurzfristige Ziele

Insbesondere in den Jahren 2025 und 2026 steht der Genossenschaftsaufbau im Vordergrund. Der Formwechsel wurde am 30.09.2025 formal vollzogen. Die Aufnahme von Mitgliedern in die Genossenschaft, begleitet von einer Öffentlichkeitsarbeitskampagne, startet 2026. Der Aufbau funktionierender Strukturen der Genossenschaft wird das wichtigste Ziel in der kurz- und mittelfristigen Zukunft darstellen. Die Gewinnung von Genossenschaftsmitgliedern sowohl aus der Bestandskundschaft als auch unter Neukund*innen bildet die Basis für eine erfolgreiche Etablierung der Genossenschaft.

Weiterhin besteht das Ziel, das Stationsnetz weiter zu verdichten, um die Dienstleistung Carsharing attraktiver zu gestalten und mehr Menschen den Zugang zum Carsharing zu geben bzw. erst zu ermöglichen. Durch den Wegfall von Stationen im Zuge des Stadtumbaus gilt es hier vor allem, alternative Standorte zu finden. Hier sollen auch Kund*innen sowie das gesellschaftliche Umfeld einbezogen werden.

Ein wichtiges Zielfeld stellt die weitere Vereinfachung der Nutzung der Dienstleistung für Kund*innen dar. Hierfür sollen Hürden abgebaut werden – mit dem Ziel, den Umstieg weg vom eigenen Fahrzeug hin zum Carsharing zu erleichtern und den Umweltverbund zu stärken bzw. die Verkehrswende weiter voran zu bringen. Die Einführung eines Ticketsystems im Jahr 2025 soll die Bearbeitung von Kund*innenbelangen effektivieren und beschleunigen. Die nächsten Schritte bilden die digitale Tarifpartner*innen-Selbstanlage, die Automatisierung von Falschparker-Meldungen per App sowie die Vereinfachung des Informationszuganges zur Fahrzeugöffnung in der App.

Langfristige Ziele

Ein fortlaufendes Zukunftsthema wird der weitere Ausbau der Genossenschaftsstrukturen sein. Die erfolgreiche Etablierung der Genossenschaft und die Betreuung der Genossenschaftsmitglieder werden einen permanenten Schwerpunkt bilden. Strukturen zur Beteiligung und Mitentscheidung über die Mitglieder-/ Delegiertenversammlung hinaus, bspw. Beiratsstrukturen, sollen mittel- bis langfristig geschaffen und integriert werden.

Ein weiteres langfristiges Ziel ist der weitere Ausbau des Anteils von E-Fahrzeugen in der Gesamtflotte des Unternehmens sowie der entsprechenden Ladeinfrastruktur. Die E-Mobilitätsstrategie bildet hierfür den Rahmen, die Anstrengungen in allen Bereichen voranzutreiben und fortlaufend zu evaluieren. Dadurch entstehen nicht nur Investitionen für die Anschaffung der Fahrzeuge, sondern auch für die Errichtung von Ladeinfrastruktur in großem Umfang. Die damit verbundenen Herausforderungen werden das Unternehmen fortwährend beschäftigen, da sowohl Kooperationen mit privaten Partner*innen als auch umfassende Absprachen mit Politik und Verwaltung notwendig werden. Ein mittelfristiges Ziel ist die Vereinfachung des Ladevorganges während der Buchung, unabhängig von der Heimatstation des jeweiligen Fahrzeugs und kostenfrei, mit einer universell einsetzbaren Lösung. Damit soll die Nutzbarkeit von E-Fahrzeugen vereinfacht und niedrigschwelliger gestaltet werden.

Langfristig soll ein verstärkter Ausbau der Flotte vorangetrieben werden. Ein Fokus

liegt hierbei weiterhin auf einer Beschaffungspolitik gemäß den für Carsharing-Flotten geltenden Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel (RAL-UZ 100). Ökologische Kriterien beim Fahrzeugkauf gelten vorrangig den möglichst geringen Klima- und Umweltwirkungen durch deren tatsächliche Nutzung, vor allem geringe Emissionen und geringer Kraftstoffverbrauch. Auch die Dauerhaftigkeit und Langlebigkeit der Fahrzeuge spielt (auch) aus ökologischen Kriterien eine wichtige Rolle. Hierfür werden im wirtschaftlich vertretbaren Rahmen auch höhere Einkaufspreise in Kauf genommen. Ein möglichst hoher Anteil von Kleinst- und Kleinwagen in der Gesamtflotte bleibt das Ziel, zugleich wird auf eine geringe Motorisierung in allen Fahrzeugklassen geachtet. Dabei soll nach wie vor auf eine konsequent CO₂-arme Motoren- und Abgastechnik gesetzt werden. Für die fortwährende Flottenerneuerung werden jeweils emissionsärmere Fahrzeuge für diejenigen beschafft, die gerade abgelöst werden. Messbar wird dies bspw. durch die sich fortlaufende verbesserte Flottenzusammensetzung. Alle neu beschafften Fahrzeuge sollen den ökologischen Sanierungsbedarf im Unternehmen insofern erfüllen, als dass sie strengeren Abgasnormen als die Vorgängerfahrzeuge unterliegen und den Kriterien des Umweltzeichens Blauer Engel für die Zukunft genügen müssen. Die Umsetzung der E-Mobilitätsstrategie gilt ebenfalls für den Ausbau der Gesamtflotte.

Ein langfristiges Ziel ist die Schaffung einer unternehmenseigenen Werkstatt, um Dienstleistungen zu internalisieren und damit direkte Kontrolle über Arbeitsbedingungen, Mitentscheidung, Umweltauswirkungen und Qualität sicherzustellen.

Das im Bereich Kund*innenbetreuung eingeführte Ticketsystem soll langfristig ebenfalls auf alle anderen Bereiche des laufenden Betriebs ausgeweitet werden. So sollen Abläufe effektiviert und gebündelt werden, was sowohl für Kund*innen als auch Mitarbeitende Verbesserungen schafft.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet?

Zweck des Unternehmens ist die Erbringung der Dienstleistung Carsharing als nachhaltigste Form des motorisierten Individualverkehrs und Teil der Verkehrsträger des Umweltverbunds.

Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption zu gewährleisten?

Wir fühlen uns dem Gemeinwohl und den Grundsätzen der Nachhaltigkeit verpflichtet und haben die damit einhergehenden Grundsätze und Zielstellungen im Unternehmensleitbild fest verankert.

Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?

Risiken bestehen darin, dass Autonutzung an sich umweltschädlich ist, natürliche Ressourcen verbraucht und für Mensch und Tier besondere Gefahrenpotenziale hat.

Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?

Risiken bestehen für die Unternehmung selbst im Rahmen der wirtschaftlichen

Kalkulation und gesetzlichen Pflichten sowie für Nutzer*innen der Dienstleistung im Rahmen der Inanspruchnahme (Kostenübernahme, Unfallrisiko).

Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?

Ein Risikoausgleich erfolgt über transparente und verbraucherschutzgerechte Allgemeine Geschäftsbedingungen, eine faire Abrechnung sowie eine verursachergerechte Preis- und Haftungs politik. Hinzu kommen freiwillige Kompensationsleistungen (CO₂-Ausgleich per Tankkarte) sowie das Bestreben zu einem weiteren, signifikanten Ausbau des Elektroanteils in der Carsharing-Flotte.

Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Die Offenlegung erfolgt mit der fortzuschreibenden Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts. Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?

Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Beteiligt waren im Unternehmen die beiden Geschäftsführer Michael Creutzer und Patrick Schöne, die Beauftragte für Öffentlichkeitsarbeit, Josephine Michalke, sowie der Projektleiter Genossenschaftsumwandlung, Niklas Wachholtz, in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Fachbereichs- und Regionalleiter*innen.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

100 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Der Bericht wurde allen Mitarbeitenden sowie den beteiligten Gesellschaftern noch vor Veröffentlichung zugänglich gemacht.

teilAuto eG (ehem. Mobility Center GmbH)
Peterssteinweg 18
04107 Leipzig

Verantwortliche Person: Josephine Michalke

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2024

Erstellungsdatum: 30.10.2025

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
www.goodbalancer.org

