

I WIR

HANDELN

HEUTE |

## NACHHALTIGKEITSBERICHT 2022

Berichtszeitraum 2020/2021



# INHALTS- VERZEICHNIS

VORWORT	4
UNTERNEHMENSPROFIL	6
CARGLASS®-EINBLICKE	10
<b>1. NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>	26
1.1 UNSER PURPOSE UMFASST NACHHALTIGKEIT	27
1.2 CSR-STRATEGIE UND CSR-ROADMAP 2025	28
1.3 UNSER CSR-MANAGEMENT	34
1.4 WESENTLICHKEIT KONTINUIERLICH ERFASSEN	36
1.5 STAKEHOLDERDIALOG	37
1.6 COMPLIANCE	38
<b>2. LIEFERKETTE UND KUNDENSERVICE</b>	46
2.1 MANAGEMENTANSATZ	47
2.2 BESCHAFFUNG INDIREKTES MATERIAL	48
2.3 BESCHAFFUNG DIREKTES MATERIAL	50
2.4 MANAGEMENTANSATZ KUNDENSERVICE	51
<b>3. MENSCH</b>	56
3.1 MANAGEMENTANSATZ	57
3.2 ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	59
3.3 AUSBILDUNG UND WEITERENTWICKLUNG	63
3.4 ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT	67
3.5 DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT	71
<b>4. UMWELT</b>	78
4.1 MANAGEMENTANSATZ	79
4.2 KLIMASCHUTZ	81
4.3 RESSOURCENSCHUTZ	85
4.4 ABFALLMANAGEMENT	88
<b>5. GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT</b>	92
5.1 MANAGEMENTANSATZ	93
5.2 UNSERE UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE STIFTUNG GIVING BACK	95
5.3 PROJEKTE UND HIGHLIGHTS	96
ÜBER DIESEN BERICHT	98
GRI-INHALTSINDEX	100

## LIEBE LESERINNEN UND LESER,

als die Unwägbarkeiten der Pandemie nachließen, begann der russische Angriff auf die Ukraine. Er verschärft die in vielen Branchen vorherrschenden Engpässe bei Vorprodukten und Arbeitskräften sowie die Inflation. Und über all dem liegt der Schatten der ökologischen Krise – des Klimawandels und Biodiversitätsverlusts.

Wie können wir all dem begegnen? Unsere Carglass®-Antwort: Indem wir heute handeln und mit echter Hingabe den Unterschied machen. Indem wir bei uns selbst anfangen und die Welt zu einem besseren Ort machen. Schritt für Schritt.

2019 haben wir uns im Rahmen unserer CSR-Roadmap 2025 Ziele gesetzt – und nun, auf halbem Weg, zwei Drittel davon erreicht. Wir sorgen für transparentere Lieferketten und achten darauf, dass unsere Lieferanten nachhaltigen Kriterien folgen. Wir optimieren beständig den Service für unsere Kundinnen und Kunden. Wir elektrifizieren unseren Fuhrpark und reduzieren weiter unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen. Aber wir schützen nicht nur das Klima – wir schützen auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem wir für ihre Sicherheit präventiv Schwachstellen in den Arbeitsprozessen finden und beheben. Aber sie sollen sich nicht nur sicher, sondern auch wohlfühlen – indem sie sich weiterentwickeln können, faire Gehälter erhalten und das Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben als ausgewogen empfinden. Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt. Daher haben wir auch unser gesellschaftliches Engagement weiter professionalisiert und mit unserer Stiftung GIVING BACK Menschen geholfen, die es nicht so gut haben wie wir. Ob in Südafrika, Deutschland oder aktuell der Ukraine.

Wie genau wir heute handeln, um den Unterschied zu machen, zeigen wir in diesem dritten freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht für den Zeitraum 2020 und 2021, der nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt wurde. Aufgrund der Pandemie erscheint er etwa ein halbes Jahr später als geplant.

Der Bericht zeigt auch, dass wir auf unsere Stärken vertrauen können. Unserer Marke, unserem technischen Know-how, unserer Unternehmens- und Führungskultur. Auch der guten Beziehung zu unseren Partnern, für deren Vertrauen wir uns bedanken. Vor allem aber können wir auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen. Ohne sie wären die Fortschritte in den letzten beiden Jahren nicht möglich gewesen. Deshalb sage ich an dieser Stelle: Danke für euren Einsatz, danke für euren Zusammenhalt.

Wie geht es jetzt weiter? So sehr diese Welt auch volatil und komplex sein mag, wir blicken vorwärts: Wir wollen weiter nachhaltig wachsen und unserer Verantwortung gerecht werden. Dafür werden wir in den nächsten zwei Jahren auch unsere CSR-Roadmap neu bewerten, wir werden uns neue Ziele setzen und sie Schritt für Schritt angehen – denn wir denken an morgen und handeln heute.

Bis dahin wünsche ich viel Spaß bei der Lektüre dieses Berichts und freue mich über Rückmeldung dazu unter der E-Mail-Adresse [gf@carglass.de](mailto:gf@carglass.de).

Ihr



Jean-Pierre Filippini  
Geschäftsführer

„Wir können unseren Stärken vertrauen. Unserer Marke, unserem technischen Know-how, unserer Unternehmens- und Führungskultur, ebenso wie unseren Partnern. Vor allem aber können wir auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen. Ohne sie wären die Fortschritte in den letzten beiden Jahren nicht möglich gewesen.“

Deshalb sage ich an dieser Stelle: **Danke.**“





# UNTERNEHMENS- PROFIL

## „CARGLASS® REPARIERT, CARGLASS® TAUSCHT AUS.“

Wie aus der Werbung bekannt, beheben wir die Schäden an den Autoscheiben unserer Kundinnen und Kunden. Wann immer möglich ziehen wir dabei die Reparatur dem Austausch vor. Mit diesem Prinzip ist unser Geschäftsmodell schon im Grundsatz nachhaltig angelegt. Im Alltag füllen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Prinzip mit Leben, sie machen im Service für unsere Kundinnen und Kunden den Unterschied. Daher stehen sie auf besondere Weise im Mittelpunkt: Wir fördern ihre Weiterentwicklung und bieten ihnen einen sicheren und gesunden Arbeitsplatz. Als erfolgreiches Unternehmen wollen wir der Gesellschaft etwas zurückgeben und engagieren uns sozial.

**2.078**  
MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

**1,2 MIO.**  
KUNDENKONTAKTE / JAHR

### Über Carglass®

Als Deutschlands Fahrzeugglasspezialist Nummer 1 beschäftigt sich Carglass® mit der Reparatur und dem Neueinbau von Fahrzeugglas. Zum Jahresende 2021 beschäftigten wir knapp 2.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 1.400 von ihnen sind speziell geschulte Carglass®-Monteurinnen und -Monteure. Rund 450 Personen sind in zentralen Funktionen tätig, sie arbeiten in der Hauptverwaltung in Köln und im Homeoffice. Etwa 200 Beschäftigte gehören dem Customer Contact Center in Bonn an.

An 370 Standorten und unterwegs mit 240 mobilen Einheiten helfen wir Autofahrerinnen und -fahrern in ganz Deutschland und bearbeiten 1,2 Mio. Kundenkontakte pro Jahr. Im Endkundengeschäft (Business to Customer) bedienen wir Privatpersonen, mit Geschäftskunden (Business to Business) arbeiten wir im Mietfahrzeug-, Leasing- und Flottengeschäft zusammen. Unser umfangreiches Partnernetzwerk im Versicherungsbereich ermöglicht dabei eine schnelle und unkomplizierte Auftragsabwicklung für unsere Kundinnen und Kunden.

Carglass® hat seinen Unternehmenssitz in Köln und ist im Handelsregister mit der Rechtsform Gesellschaft mit beschränkter Haftung eingetragen. Carglass® gehört seit 1990 zur internationalen Belron®-Gruppe und firmiert seit 1993 als Carglass GmbH mit Sitz in Köln. Die Carglass GmbH ist Tochter der deutschen Belron GmbH. In der Carglass GmbH sind keine weiteren Unternehmen konsolidiert.

### Über Belron®

Die Belron®-Gruppe ist das international größte auf die Behebung von Fahrzeugglasschäden spezialisierte Unternehmen. Die Gruppe beschäftigte Ende 2021 weltweit 29.388 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Insgesamt ist das Unternehmen in 39 Ländern auf sechs Kontinenten aktiv. Belron® wurde 1897 als Familienunternehmen in Südafrika gegründet und hat heute seinen Hauptsitz in England.

---

# CARGLASS® - EINBLICKE

# WO UNSER ENGAGEMENT FRÜCHTE TRÄGT

Seit mehr als 20 Jahren unterstützt die Carglass®-Stiftung GIVING BACK Afrika Tikkun, eine Hilfsorganisation, die Kindern und Jugendlichen in Südafrika mit Bildung neue Perspektiven gibt. Auch der Garten wird zum Klassenzimmer. Im „Garden to Kindergarten“-Programm lernen Kinder, wie sie Gemüse anbauen, um sich selbst gesund ernähren zu können.



## AFRIKA TIKKUN UND DIE STIFTUNG GIVING BACK

Marc Lubner aus der Belron®-Gründerfamilie hat die südafrikanische Hilfsorganisation Afrika Tikkun in den 90er-Jahren mitgegründet. Der Mutterkonzern hat seine Wurzeln in Kapstadt. „Tikkun“ heißt so viel wie Festigung oder Reparatur. Und „Tikkun olam“ ist ein wichtiges Prinzip im jüdischen Glauben, das die Reparatur oder Verbesserung der Welt durch bestimmte Taten beschreibt. Heranwachsende aus Armenvierteln sollen bei Afrika Tikkun durch Förderung und Ausbildung Perspektiven aufbauen können. Zudem gibt es eine Familienberatung, psychologische Beratung und Gesundheitsversorgung.

Carglass®-Teams in Deutschland organisieren jährlich Charity-Veranstaltungen (etwa eine 12-Stunden-Fahrrad-Challenge) für die Stiftung GIVING BACK, die seit 2011 das soziale Engagement von Carglass® bündelt. Im Durchschnitt gehen 75 Prozent der Spenden an Afrika Tikkun. Immer wieder besuchen Kolleginnen und Kollegen die Bildungszentren in Südafrika und Jugendliche kommen von dort nach Deutschland.

diese Weise etwas dazu beisteuern, das Leben vieler Kinder spürbar zu verändern und ihnen zugleich das Thema Nachhaltigkeit zusammen mit viel Freude am Gärtnern näherbringen zu können.

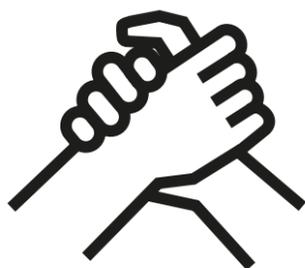
Die Wände des Arekopaneng Community Centre sind bunt bemalt, drumherum wächst grüner Rasen. Es gibt einen Computerraum, ein Musikzimmer, einen Spielplatz, eine große Kantine samt Küche. Im Schulgarten lernen die Kinder, wie sie Obst und Gemüse anbauen. Und noch mehr: Durch ihre Arbeit im Garten entdecken sie den Wert gesunder, biologisch angebaute Nahrungsmittel und erlernen das Handwerkszeug, um sich und ihre Familien selbst ernähren zu können.

Das Prinzip des „Garden to Kindergarten“-Programms (G2K) ist einfach, aber nachhaltig. Es geht um Hilfe zur Selbsthilfe. Darum, Wissen und Werte zu vermitteln. Das zeichnet Afrika Tikkun aus. Die Projekte der Hilfsorganisation setzen auf Bildung als Basis für ein selbstbestimmtes Leben mit vielen Perspektiven. Darum unterstützt Carglass® das Engagement von Afrika Tikkun mit voller Kraft. Gemeinsam mit der RTL-Stiftung unterstützen wir mit GIVING BACK das Projekt im zweiten Jahr, damit beispielsweise G2K weitergeführt werden kann. Denn wir glauben fest daran, dass wir auf



«Das gesamte Team und die Kinder nahmen uns herzlich in Empfang. Zur Begrüßung wurde Musik gespielt. Wir tanzten gemeinsam im Hof des Zentrums. Ich habe beobachtet, wie unbeschwert und fröhlich die Kinder hier sind – trotz aller Widrigkeiten. Es ist beeindruckend!«

Enrico Haupt, Standortverantwortlicher  
Landsberg/Weilheim



Lockdowns wieder öffnen und die Kinder aus den Townships zurückholen konnten. Denn für die sind die Bildungszentren, die wir mit GIVING BACK unterstützen, wie ein sicherer Hafen. Hier fühlen sie sich wohl, können die Probleme des Alltags hinter sich lassen und völlig neue Perspektiven für ihr Leben entdecken. Welchen großen Einfluss das Angebot von Afrika Tikkun hat, davon konnte sich Enrico Haupt, Betriebsleiter bei Carglass® in Landsberg/Weilheim, ein Bild machen, als er mit zwölf Kolleginnen und Kollegen nach Südafrika reiste, um das Arekopaneng Community Centre zu besuchen.

Das ist es, was uns alle antreibt, wenn wir für GIVING BACK Spenden sammeln, indem wir uns bei Fundraising-Events wie der Fahrrad-Challenge völlig verausgaben, Kilometer für Kilometer am Dorney Lake laufen oder beim RTL-Spendenmarathon an unsere sportlichen Grenzen gehen. Jede und jeder Einzelne bei Carglass® macht mit seinem Engagement den Unterschied – und das aus Überzeugung, mit Leidenschaft und purer Freude für die gute Sache. Denn wir sehen, dass der Einsatz Früchte trägt. Zum Beispiel im wahrsten Sinne des Wortes im Garten des Arekopaneng Community Centre in Orange Farm.

Mehr zu unserem sozialen Engagement ab Seite 92.

Das Arekopaneng Community Centre ist eines von sechs Ausbildungszentren von Afrika Tikkun. Sie alle liegen in den ärmeren Vierteln rund um die Großstädte Johannesburg und Kapstadt – das Arekopaneng Community Centre beispielsweise in Orange Farm, eine Township rund 45 Kilometer vor Johannesburg, in der mehr als eine Million Menschen leben. Deren Leben ist geprägt von Armut. Viele sind ohne Arbeit. Überfälle und Gewalt gehören hier leider zum Alltag. Auf den Straßen, auf denen die Kinder spielen, liegt Müll. Durch die Pandemie haben sich die Lebensbedingungen verschlechtert: Noch mehr Menschen haben ihre Jobs verloren. Die Schulen wurden zu Corona-Testzentren umfunktioniert. Die Kinder blieben zu Hause.

Riesig war die Erleichterung bei den Teams von Afrika Tikkun, als sie ihre Einrichtungen nach den



# VIELFALT BRAUCHT GEMEINSAME WERTE

Bei Carglass® arbeiten 2.100 Kolleginnen und Kollegen. Das sind 2.100 völlig verschiedene Persönlichkeiten. Trotz aller Unterschiede verfolgen wir aber gemeinsame Ziele und schätzen dieselben Werte: Integrität, Respekt und Vertrauen. Dafür machen wir den Unterschied. Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kundinnen und Kunden und die Gesellschaft. Wir nehmen den Erfolgsfaktor „Vielfalt“ unter die Lupe.

Studien belegen: Diverse Teams sind erfolgreicher. Mehr noch, Mitglieder diverser Teams eint die Ansicht, dass jede und jeder so sein kann, wie sie oder er ist. Bei Carglass® möchten wir eine Umgebung schaffen, in der sich alle wohlfühlen. Das bedeutet, dass jede und jeder einen wichtigen Beitrag zum Erfolg des Ganzen leistet – auf sehr unter-

schiedliche Art und Weise. Gemeinsam gestalten wir eine vorurteilsfreie Unternehmenskultur. Als Arbeitgeber möchte Carglass® alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf ihrem individuellen Weg unterstützen. Denn wir sind überzeugt: Gemeinsam machen wir den Unterschied. Und davon profitieren wir alle!

Iacac, Stephanie und Bekai arbeiten wie 1.400 andere Kolleginnen und Kollegen in unseren 370 Service-Centern deutschlandweit. Sie sind Vorbilder für ein vielfältiges Carglass® und Stars unserer Werbekampagnen.



Die moderne Gesellschaft ist vielfältig. Die Globalisierung und der demografische Wandel beeinflussen ebenfalls die Wirtschaftswelt in Deutschland – und damit auch uns als Unternehmen. Carglass® kann nur erfolgreich sein, wenn wir die Vorteile der

Vielfältigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erkennen und für unsere gemeinsamen Ziele nutzen. Aber was genau meinen wir, wenn wir von Vielfalt sprechen?



# VIelfalt hat viele Bedeutungen

Es gibt verschiedene Vielfaltsmerkmale: Da ist das Geschlecht oder die geschlechtliche Identität, das Alter, die ethnische Herkunft, die Nationalität, die sexuelle Orientierung, Sprache, körperliche und geistige Fähigkeiten oder der Bildungsabschluss, der Familienstatus und die Religion. Und jedes dieser Themen zeigt sich wiederum in verschiedenen Nuancen und Ausprägungen. Jedenfalls können wir anhand der Kriterien sagen, dass wir bei Carglass® ganz schön divers sind. Hier drei Beispiele:



## BEI CARGLASS® ARBEITEN MENSCHEN AUS 46 VERSCHIEDENEN NATIONEN.

Unterschiedliche Nationalitäten und Kulturen bereichern die Unternehmenswirklichkeit bei Carglass®. Denn so erlangen wir ein gegenseitiges Verständnis für Gemeinsamkeiten und Unterschiede, welches zu einem Miteinander führt, in dem wir uns unabhängig von der Herkunft und der kulturellen Prägung kollegial verhalten und mit Respekt begegnen. Die Herkunft oder die kulturelle Prägung spielt im täglichen Miteinander keine Rolle.

## ETWA 28 PROZENT ALLER BESCHÄFTIGTEN SIND ÄLTER ALS 50 JAHRE.

Das sind 561 „seniorige“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teils schon lange bei uns sind und erfolgreich Karriere gemacht haben. Mit ihrer Erfahrung sind sie wertvolle Anlaufstellen für jüngere Kolleginnen und Kollegen. Sie können sowohl im beruflichen wie auch im privaten Kontext oft hilfreiche Tipps geben.

## WIR BESCHÄFTIGEN 115 MENSCHEN MIT BEHINDERUNG.

Die Verantwortung, die Carglass® als Arbeitgeber hat, schließt auch mit ein, dass wir die individuelle Leistungsfähigkeit im Tagesgeschäft berücksichtigen – zum Beispiel für diejenigen, die gesundheitlich eingeschränkt sind, und für die Mitarbeitenden mit einer körperlichen oder geistigen Behinderung.

Weitere Zahlen über die Vielfalt bei Carglass® ab Seite 71.

„Die Fähigkeit zu haben, auf andere zuzugehen und sie zu verstehen. Zu verstehen, wie andere denken. Egal, welche Herkunft man hat, und mit allen, so gut es geht, klarzukommen. Love & Peace, das bedeutet für mich Diversität.“

Hicham Errachidi, IT-Mitarbeiter im 1st- und 2nd-Level-Support, Köln

„Ich finde Diversität wichtig, damit sich jeder an seinem Arbeitsplatz wohl und willkommen fühlt.“

Mirjam Sadowski, Telefonische Kundenbetreuerin, Bonn

„Egal, wie du aussiehst, wo du herkommst, wen du liebst, bei Carglass® sind alle gleich.“

Marco Galilea, Area-Manager, Düsseldorf



# GROß, GRÖßER, AM GRÜNSTEN

300.000 Glasscheiben und sechs Millionen Ersatzteile für 35 Standorte werden seit 2019 im weltweit größten Autoglaslager im belgischen Bilzen gelagert – auf 43.000 Quadratmetern. Das europäische Distributionszentrum (EDC), das fünf einzelne Lager ersetzt, beweist, wie durch kluge Planung Emissionen in der Lieferkette deutlich reduziert werden können:

## Es werde Licht – mit sauberer Energie

422 Lichtfänger auf dem Dach des EDC reflektieren das Tageslicht in das Gebäude, die Oberlichter folgen dem Sonnenstand. Sollte das nicht reichen, passt die vollautomatische LED-Lichtinstallation die Helligkeit an. 14.000 Quadratmeter Solarmodule auf dem Dach mit einer Höchstleistung von 831 Kilowattpeak liefern den sauberen Strom dafür.

## Gut isoliert für die Wärme mit Erdgas

Die 4.150 Sonnenkollektoren auf dem Dach versorgen neben der Lichtanlage auch das hochmoderne Gebäudemanagementsystem und die Heizung – mit einer Gesamtenergieersparnis von 31 Prozent. Wurde früher in teilweise schlecht isolierten Gebäudehüllen mit Propan-Luftherzern gearbeitet, ist das EDC nach strengsten Anforderungen isoliert und wird ausschließlich mit Erdgas geheizt – durch hocheffiziente Kondensationsluftherzter in Kombination mit Destratifikationsventilatoren, die Wärmestauungen von den hohen Decken zum Boden lenken. Das sorgt für 55 Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen.

## Lieferungen? Landen per Schiff an

Rund um die Häfen von Antwerpen und Rotterdam staut es sich oft. Um Güterverkehr und Straßen zu entlasten, nutzt Bilzen die Binnenschifffahrt für die Glaslieferungen. Denn vom Hafen von Genk aus sind es nur 1,5 Kilometer bis zum EDC. Das spart 1.440 Lkw-Fahrten und 112,30 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen – eine Reduktion von 80 Prozent (im Vergleich zu früher). Binnenschifffahrt ist nachhaltiger: Auch wenn die Luftschadstoffbilanz aufgrund der schwefelhaltigen Kraftstoffe häufig noch schlecht ist, verursacht sie im Vergleich zu Lkws pro Kilometer rund 3,5-mal weniger Treibhausgas.<sup>1</sup>

## Weniger Abfall, bestens sortiert

Trotz der vielen unterschiedlichen Abteilungen und Abfallarten wurde im EDC eine Abfallsortierungspolitik entwickelt – mit festen Standorten für jeden Behältertyp, genauen Kennzeichnungen und klarem Sortierleitfaden. Auch werden Kartons oder Umschläge von verpackten Gütern wiederverwendet. Und: Autoscheiben aus Belgien, den Niederlanden, Deutschland, Großbritannien und der Schweiz, die nicht repariert und damit als defekt ausgetauscht werden mussten, werden in Bilzen fachgerecht recycelt.

<sup>1</sup> Umweltbundesamt, 2021: uba\_emissionstabelle\_gueterverkehr\_2020.pdf (umweltbundesamt.de)

## Mehrwert für alle

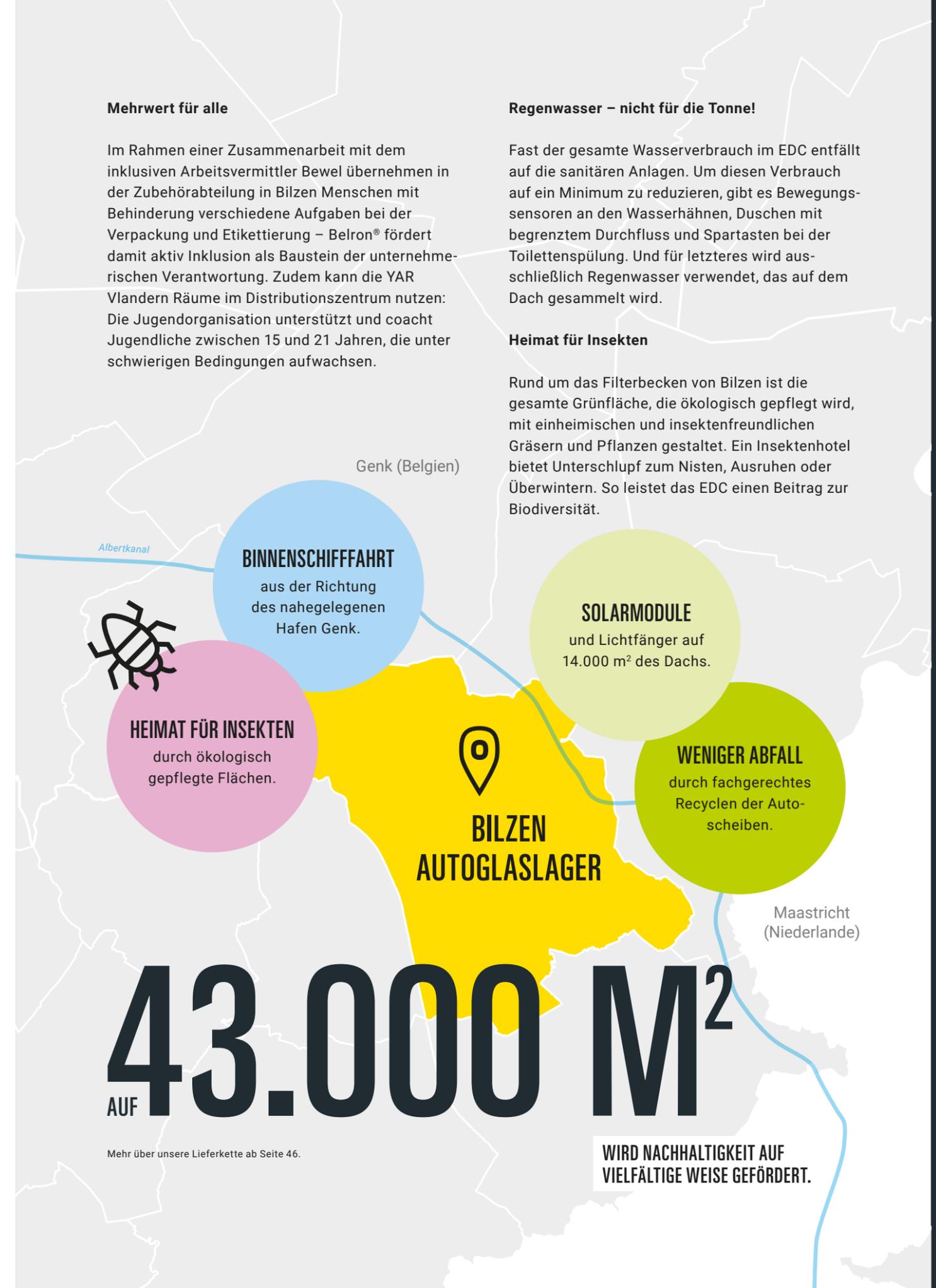
Im Rahmen einer Zusammenarbeit mit dem inklusiven Arbeitsvermittler Bewel übernehmen in der Zubehöraabteilung in Bilzen Menschen mit Behinderung verschiedene Aufgaben bei der Verpackung und Etikettierung – Belron® fördert damit aktiv Inklusion als Baustein der unternehmerischen Verantwortung. Zudem kann die YAR Vlandern Räume im Distributionszentrum nutzen: Die Jugendorganisation unterstützt und coacht Jugendliche zwischen 15 und 21 Jahren, die unter schwierigen Bedingungen aufwachsen.

## Regenwasser – nicht für die Tonne!

Fast der gesamte Wasserverbrauch im EDC entfällt auf die sanitären Anlagen. Um diesen Verbrauch auf ein Minimum zu reduzieren, gibt es Bewegungssensoren an den Wasserhähnen, Duschen mit begrenztem Durchfluss und Spartasten bei der Toilettenspülung. Und für letzteres wird ausschließlich Regenwasser verwendet, das auf dem Dach gesammelt wird.

## Heimat für Insekten

Rund um das Filterbecken von Bilzen ist die gesamte Grünfläche, die ökologisch gepflegt wird, mit einheimischen und insektenfreundlichen Gräsern und Pflanzen gestaltet. Ein Insektenhotel bietet Unterschlupf zum Nisten, Ausruhen oder Überwintern. So leistet das EDC einen Beitrag zur Biodiversität.



Mehr über unsere Lieferkette ab Seite 46.

# 60 FUßBALLFELDER WALD IN NICARAGUA

CARGLASS® UND DIE DEVK VERSICHERUNGEN ENGAGIEREN SICH IN EINEM AUFFORSTUNGS-PROJEKT IN NICARAGUA. SEIT 2017 WURDEN DORT KNAPP 70.000 BÄUME GEPFLANZT – EIN BAUM FÜR JEDE SCHEIBE, DIE REPARIERT STATT AUSGETAUSCHT WURDE. EIN WICHTIGER BEITRAG, UM DEN KLIMAWANDEL ZU BEKÄMPFEN.



DEVK

Wälder sind nicht nur wunderbar zum Spazieren gehen. Sie kühlen den Planeten, steuern sowohl die Verdunstung als auch Wasserkreisläufe und beeinflussen sogar das Wetter. Sie bilden Sauerstoff und binden Kohlenstoffdioxid. Doch die Wälder der Erde sind bedroht. Durch Abholzung – und Brände wie 2021 in Australien oder Südeuropa. Das verstärkt den Klimawandel, der wiederum die noch bestehenden Wälder durch immer längere Trockenphasen schwächt. Wie kann man dieser Negativspirale entgegenwirken?

Indem man massiv aufforstet, so lautet die Antwort einer Studie der ETH Zürich 2019.<sup>1</sup> Viele, die sich für Klimaschutz engagieren wollen, tun dies daher mit der Unterstützung von Waldprojekten. Auch Carglass®: Für die Initiative „Reparatur für die Natur“ lassen der Autoglas-Spezialist und die DEVK Versicherungen seit 2017 pro Steinschlagreparatur an Fahrzeugen von DEVK-Kunden einen Baum pflanzen.

Mit 69.186 Bäumen wurden bisher rund 41,5 Hektar Fläche aufgeforstet – das entspricht etwa 60 Fußballfeldern.

#### Aufforstungsprojekte: Sind sie Klimarettung oder Greenwashing?

Doch immer wieder wird Unternehmen vorgeworfen, sie wollten sich mit solchen Projekten von ihren Emissionen reinwaschen. „Es gilt, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu vermeiden, beständig zu reduzieren und auch für die unvermeidbaren Verantwortung zu übernehmen. Letzteres kann bedeuten, dass etwa in andere Klimaschutzprojekte investiert wird. Ziel sollte nicht die Kompensation sein, sondern weltweit dem Klimaschutz zu helfen“, stellt Dr. Hannes Böttcher, Senior Researcher im Bereich Energie und Klimaschutz des Öko-Instituts Freiburg klar. Die Notwendigkeit, weniger Treibhausgase auszustoßen, ist auch den Verantwortlichen bei Carglass® bewusst:

Von 2010 bis 2021 senkte das Unternehmen seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck pro Auftrag um 28 Prozent und konnte somit ein wichtiges CSR-Roadmap-2025-Ziel vorzeitig erreichen. Und damit das Unternehmensengagement nicht nur glaubwürdig, sondern auch wirksam ist, erfüllt die Aufforstung bei „Reparatur für die Natur“ wichtige Anforderungen – denn auch wenn Bäume gepflanzt werden, muss dies nachhaltig geschehen. „Es dürfen durch die Pflanzungen keine Böden degradiert werden“, so Dr. Böttcher. „Gepflanzt werden sollten Mischwälder mit in der Projektregion heimischen Baumarten. Eine Bedingung ist auch die Einbindung der Menschen vor Ort, die den Wald pflegen.“ Ein Mehrwert für Bevölkerung und Biodiversität seien wesentlich. „Zertifizierungen mit möglichst hohen Standards geben hier eine gute Orientierung bei der Projektwahl“, so der Experte.

Die Menschen vor Ort sind bei der Carglass®-Initiative zentrales Element.

„Reparatur für die Natur“ von Carglass® wird über den Verein PRIMAKLIMA realisiert und hat eine anerkannte Plan Vivo-Zertifizierung, bei der die lokale Bevölkerung die Projekte entwickelt und umsetzt. In der Projektregion Nicaragua leben viele Kleinbäuerinnen und Kleinbauern von Bohnen-, Mais- oder Kaffeeanbau. Aber extreme Dürrephasen, vermehrt auftretende Tropenstürme sowie Überschwemmungen zerstören die Ernten. Zentralamerika leidet laut eines Berichts des Runden Tisches Zentralamerika und des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung besonders stark unter den Auswirkungen der Klimaerhitzung.<sup>2</sup> „Es ist gut, in Nicaragua degradierte Flächen aufzuforsten“, sagt Dr. Hannes Böttcher. „Aber auch die bestehenden Wälder müssen besser geschützt werden. Durch Rodungen geht ein Vielfaches des Kohlenstoffs verloren, der durch Neuanpflanzungen auf gleicher Fläche gebunden werden kann.“

#### Ein neuer Lebensraum entsteht

Bei dem Kleinbauern Marvin Flores aus dem nördlichen Totogalpa führte die Dürre zu geringeren Ernten, sein Land war trocken, viele Flächen lagen brach. Auf einem 2,5 Hektar großen Hang wächst heute aber ein Wald: Marvin Flores und seine Familie haben 2017 mit der Unterstützung von PRIMAKLIMA, der DEVK und Carglass® einen Mischwald mit heimischen Bäumen gesetzt – ein neuer Lebensraum für viele Tier- und Pflanzenarten. Die Familie hat dafür faire Prämien erhalten,

die ihr Einkommen ergänzen. Später soll eine nachhaltige Forstwirtschaft für ein langfristiges Nebeneinkommen der Familie sorgen. Und der Wald verhindert Bodenerosion, speichert Nährstoffe sowie Wasser und sorgt für mehr Fruchtbarkeit. Marvin Flores ist sehr stolz. „Man verliebt sich in diese Arbeit, wenn man Erfolg hat“, sagt er. Darum hat er 2019 gleich noch einen Hang bewaldet.

Mehr Informationen zum Umweltengagement von Carglass® ab Seite 78.



## 2 BÄUME DER AUFFORSTUNGSINITIATIVE „REPARATUR FÜR DIE NATUR“

Die Bäume in Nicaragua binden, gemittelt über einen Zeitraum von 50 Jahren, pro Hektar im Schnitt sechs Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr. Durch natürliche Selektion und die nachhaltige forstwirtschaftliche Nutzung wachsen nicht alle Setzlinge zu einem großen Baum heran.

#### CAOBA

Gefährdete, in Nicaragua heimische Baumart. Gedeiht gut in trockener Umgebung und in höheren oder Hanglagen.

#### REGENBAUM

Heimischer Baum. Trotz schmalen Stamm kann die Krone einen Durchmesser von bis zu 30 Metern erreichen. Spendet tagsüber Schatten, lässt aber Regen durch. Reichert den Boden mit Stickstoff an.

<sup>1</sup> Wie Bäume helfen könnten, das Klima zu retten | ETH Zürich

<sup>2</sup> [https://www.fdc.org/wp-content/uploads/2021/11/RTZA\\_Hintergrundpapier\\_Der-Klimawandel-Zentralamerika.pdf](https://www.fdc.org/wp-content/uploads/2021/11/RTZA_Hintergrundpapier_Der-Klimawandel-Zentralamerika.pdf)



„Wir wissen: Nur wenn wir uns als Team füreinander einsetzen und aufeinander achten, haben wir Spaß an der Arbeit. Und nur wenn wir nachhaltig arbeiten, können wir auch langfristig erfolgreich sein. Das lebe ich meinem Team vor - und alle machen mit. Wir ziehen hier an einem Strang.“



Natascha Klingel  
Regionalmanagerin, Köln

# 1. NACHHALTIGE UNTERNEHMENS-FÜHRUNG

Gerade in der von Unsicherheiten geprägten Welt von heute wollen wir bei Carglass® einen echten Unterschied machen. Wir handeln verantwortungsbewusst, als Arbeitgeber für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, als Dienstleister und Partner für unsere Kundinnen und Kunden. Nachhaltigkeit ist fest in der Unternehmensstrategie verankert und Fundament unseres Handelns. Denn nur so stellen wir die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens sicher.

## 1.1 UNSER PURPOSE UMFASST NACHHALTIGKEIT

Wir folgen bei allem, was wir tun, unserem Purpose, unserem Leitspruch: „Wir machen den Unterschied mit echter Hingabe“. Unser Handeln basiert dabei auf unseren Unternehmenswerten Integrität, Respekt und Vertrauen. Um unseren Purpose strategisch auszugestalten, haben wir vier Dimensionen definiert, die den unternehmerischen, langfristigen Erfolg sichern und denen Kennzahlen zugrunde liegen. Sie umfassen unseren Kundenservice, unsere Personalpolitik, die wirtschaftliche Leistung sowie unser Wirken in Gesellschaft und

Umwelt. In diesen vier Bereichen wollen wir verantwortungsbewusst handeln. Damit ist die unternehmerische Nachhaltigkeit, also die Corporate Social Responsibility (CSR), fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Eine hervorgehobene Rolle in unserer Strategie nimmt unser Versprechen „Repair First“ ein. Es betont die Nachhaltigkeit gegenüber Kundinnen und Kunden und Umwelt in besonderem Maße (siehe auch Kapitel Lieferkette und Kundenservice ab Seite 46 sowie Umwelt ab Seite 78).



Obwohl Carglass® gemäß dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) zu nichtfinanziellen Informationen nicht unter die Berichtspflicht fällt, haben wir uns dazu entschlossen, in einem zweijährlichen Turnus einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem Standard der Global Reporting Initiative (GRI) zu veröffentlichen. So sind wir transparent und kommunizieren verantwortungsvoll an unsere Kunden und Partner. Als Unternehmen stehen wir dabei für unsere Werte ein und beziehen Stellung. Die fünf Standpunkte unseres Markenselbstverständnisses konkretisieren unsere Verantwortung. Wir glauben, dass

1. Sicherheit auf der Straße ein öffentliches Gut ist. Dazu wollen wir einen Beitrag leisten.
2. jeder Mensch die gleiche Aufmerksamkeit und denselben Respekt verdient, egal wer er ist und welches Auto er fährt.
3. bereits Kleinigkeiten die Welt verändern können. Wenn wir heute bei uns selbst anfangen, wird die Welt morgen ein besserer Ort.
4. Exzellenz durch Hingabe entsteht: Wir hören niemals auf, Dinge zu hinterfragen und zu verbessern.
5. jede Beziehung durch Offenheit und Transparenz geprägt sein muss.

# 1.2 CSR-STRATEGIE UND CSR-ROADMAP 2025

Auf Basis der Nachhaltigkeitsaktivitäten unseres Mutterkonzerns Belron® sowie unserer eigenen Unternehmenswerte haben wir 2017 eine CSR-Strategie mit dem Motto „Unsere Verantwortung – wir denken an morgen“ entwickelt. Dieser Strategie folgend haben wir uns 2019 mit unserer Roadmap klare Ziele bis 2025 gesetzt, um in unseren vier identifizierten Handlungsfeldern zu messbaren Verbesserungen zu kommen. Insgesamt haben wir aktuell, nach der Hälfte der Zeit, 16 von 24 Zielen erreicht und liegen damit auf Kurs. Hiermit geben wir ein kurzes Status-Update. Wie wir die Ziele erreicht haben oder bei welchen Themen wir noch vor Herausforderungen stehen, dazu berichten wir ausführlich und transparent in den jeweiligen Kapiteln.

### LIEFERKETTE & KUNDENSERVICE

**Bis 2025 halten wir unsere Kundenzufriedenheit auf einem hohen Niveau**

- 01 Wir erreichen bis 2022 jedes Jahr eine Rate von höchstens 2,8 % an non-quality Jobs\* (Wert 2018: 2,57 %).
- 02 Wir kontaktieren bis 2022 über 95 % der Beschwerdeführer werktags innerhalb von 24 Stunden.
- 03 Wir erweitern bis zum Jahr 2025 unser Beschwerdemanagement um eine verbindliche Lernquote, die aufzeigt, inwiefern wir Ursachen für Beschwerden minimiert haben.

**Bis 2025 verbessern wir die Nachhaltigkeit unserer Lieferkette**

- 04 Wir identifizieren bis 2020 unsere kritischen Lieferanten, basierend auf klar nachvollziehbaren Kriterien.
- 05 Wir entwickeln bis 2022 einen systematischen Prozess, um die Anforderungen an Umwelt und Sozialstandards in unserer Lieferkette aufzustellen und zu überprüfen.
- 06 Wir erhöhen bis 2022 die Transparenz unserer Lieferkette indem wir relevante Informationen auf unserer Internetseite zugänglich machen.
- 07 Wir auditieren ab dem Jahr 2022 jährlich mind. 50 % unserer 16 kritischen Hauptlieferanten.

### MENSCH

**Wir verbessern die Arbeitssicherheit unserer Mitarbeiter**

- 01 Wir wollen die Sicherheit am Arbeitsplatz garantieren und unsere Mitarbeiter stärker sensibilisieren. Dazu führen wir ab 2020 ein digitales Meldesystem für Beinaheunfälle ein, um Schwachstellen am Arbeitsplatz frühzeitig zu erkennen und notwendige Maßnahmen präventiv einzuleiten.
- 02 Wir stellen sicher, dass alle Mitarbeiter bis zum Jahr 2020 an einem Seminar oder E-Learning zum Carglass® Verhaltenskodex teilgenommen haben.

**Wir wollen auch weiterhin als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden.**

- 03 Wir verbessern bis 2021 die Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, indem wir zusätzliche zeitgemäße Modelle evaluieren und einführen.
- 04 Wir etablieren bis 2021 zusätzlich zum betrieblichen Eingliederungsmanagement einen Leitfadens für Gespräche nach Krankheit, um den Mitarbeiter fürsorglich zurück an den Arbeitsplatz zu begleiten.
- 05 Wir garantieren bis 2021 eine Entgeltgleichheit bei gleicher Qualifikation ungeachtet des Geschlechts, der sexuellen Orientierung, ethnischen Herkunft oder religiösen Zugehörigkeit für alle Mitarbeiter.
- 06 Wir stellen bis zum Jahr 2022 sicher, dass Weiterbildungen bedarfsgerecht angeboten werden und 75 % unserer Mitarbeiter jährlich an mindestens einem Seminar oder einer technischen Schulung teilnehmen.

### UMWELT

**Wir wollen unseren Treibhausgas Ausstoß reduzieren und Grundlagen für messbare Ziele schaffen.**

- 01 Wir entwickeln bis 2021 ein Konzept für eine nachhaltigere Mitarbeiter-Mobilität.
- 02 Wir erarbeiten bis 2021 in Anlehnung an die bestehende Fuhrparkentwicklungs Leitlinie ein Konzept für ein nachhaltigeres Flottenmanagement.
- 03 Wir stellen bis 2021 sicher, dass soziale und ökologische Kriterien im Entscheidungsprozess für den neuen Standort und die Ausstattung der neuen HV berücksichtigt werden.
- 04 Wir entwickeln bis 2022 einen Kriterienkatalog für eine nachhaltige Standortauswahl bei Umbaumaßnahmen, Neuausmietungen, neuen Standorten\*

**Wir wollen bis 2022 über Treibhausgasemissionen hinaus unseren sonstigen Ressourcenverbrauch verringern.**

- 05 Wir berichten ab 2022 unsere Klima-Bilanzierung gemäß einem gängigen Standard wie CDP (Carbon Disclosure Project).
- 06 Wir definieren als Standard, dass ab 2020 defekte Innenbeleuchtung durch LED Tubelux ersetzt wird, und rüsten jährlich zehn unzulänglich ausgeleuchtete Service Center gemäß den Anforderungen der AbStättV auf LED Technologie um.
- 07 Wir reduzieren bis zum Jahr 2025 die CO2 Emissionen pro Job um 15 % (Basis: 2010).
- 08 Wir identifizieren bis 2020 Optimierungspotenziale in unserem Abfallmanagement.
- 09 Wir reduzieren bis 2022 durch die Ecofox Challenge 15 % des Materialeinsatzes\*\*.

### GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

**Wir wollen unser gesellschaftliches Engagement weiter professionalisieren.**

- 01 Wir evaluieren bis 2021 unsere sozialen Aktivitäten und machen den Impact unseres gesellschaftlichen Engagements (im Unternehmen wie auch in der Stiftung) transparenter.
- 02 Wir definieren bis 2020 Förderschwerpunkte sowie eine regionale Abdeckung für das gesellschaftliche Engagement von Carglass® in Einklang mit unserer Stiftung GIVING BACK.
- 03 Wir intensivieren bis 2025 die Zusammenarbeit von GIVING BACK mit bestehenden Initiativen und identifizieren neue Partner, um das Engagement zu erweitern und das Spendenvolumen auf 500.000 EUR anzuheben.

\*d.h. Beschwerde bei: Fahrzeug beschädigt, Windgeräusch, Undichtigkeit, Gerüche/Klappen & Montagequalität (ohne Glas Medler)  
\*\*z.B. Ökostrom, Energieeffizienz (LED, Heizung) \*\* d.h. Putzpapier, Klebeband und Klappen

### LIEFERKETTE & KUNDENSERVICE

**Bis 2025 halten wir unsere Kundenzufriedenheit auf einem hohen Niveau**

- 01 Wir erreichen bis 2022 jedes Jahr eine Rate von höchstens 2,8 % an non-quality Jobs\* (Wert 2018: 2,57 %).
- 02 Wir kontaktieren bis 2022 über 95 % der Beschwerdeführer werktags innerhalb von 24 Stunden.
- 03 Wir erweitern bis zum Jahr 2025 unser Beschwerdemanagement um eine verbindliche Lernquote, die aufzeigt, inwiefern wir Ursachen für Beschwerden minimiert haben.

### LIEFERKETTE & KUNDENSERVICE

**Bis 2025 verbessern wir die Nachhaltigkeit unserer Lieferkette**

- 04 Wir identifizieren bis 2020 unsere kritischen Lieferanten, basierend auf klar nachvollziehbaren Kriterien.
- 05 Wir entwickeln bis 2022 einen systematischen Prozess, um die Anforderungen an Umwelt und Sozialstandards in unserer Lieferkette aufzustellen und zu überprüfen.
- 06 Wir erhöhen bis 2022 die Transparenz unserer Lieferkette indem wir relevante Informationen auf unserer Internetseite zugänglich machen.
- 07 Wir auditieren ab dem Jahr 2022 jährlich mind. 50 % unserer 16 kritischen Hauptlieferanten.

\*d.h. Beschwerde bei: Fahrzeug beschädigt, Windgeräusch, Undichtigkeit, Gerüche/Klappen & Montagequalität (ohne Glas Medler)  
\*\*z.B. Ökostrom, Energieeffizienz (LED, Heizung) \*\* d.h. Putzpapier, Klebeband und Klappen

## LIEFERKETTE & KUNDENSERVICE

**Mit unserer „Repair-First“-Strategie verbinden wir ökologisches Handeln mit unmittelbarem Kundennutzen.**

**01** Wir erhöhen bis 2022 die Transparenz unserer Lieferkette, indem wir relevante Informationen auf unserer Internetseite zugänglich machen.

**Status: erreicht.** Wir haben eine Infografik entwickelt und veröffentlicht, die den Beschaffungsprozess bei Carglass® visualisiert und kommentiert (> Seite 47).

**02** Wir identifizieren bis 2020 unsere kritischen Lieferanten, basierend auf klar nachvollziehbaren Kriterien.

**Status: erreicht.** Wir haben mit unserer Risikoanalyse, dem „CSR-Risikocheck“ einen Prozess erarbeitet, bei dem kritische Lieferanten nach Kriterien wie der Umsatzschwelle, CSR-Risiken oder der Sourcing-Strategie identifiziert werden können (> Seite 49).

**03** Wir entwickeln bis 2022 einen systematischen Prozess, um die Anforderungen an Umwelt und Sozialstandards in unserer Lieferkette aufzustellen und zu überprüfen.

**Status: erreicht.** Der systematische Prozess wurde entwickelt und in unserer Richtlinie „Nachhaltige Beschaffung“ festgehalten (> Seite 48).

**04** Ziel 04 unserer Roadmap, ab 2022 jährlich mindestens 50 Prozent unserer kritischen Hauptlieferanten zu auditieren, haben wir zurückgestellt. Die Optimierung anderer Prozesse wie etwa unsere Risikoanalyse (> Seite 49) wurde nach einer Neu-evaluierung im Berichtszeitraum zur Reduktion etwaiger Risiken als wirkungsvoller eingestuft.

**05** Wir erreichen bis 2021 bei unseren Kundenzufriedenheitsbefragungen eine Opt-in-Rate von 40 Prozent sowie einen Net Promoter Score (NPS, Weiterempfehlungsrate) von 89 Prozent.

**Status: in der Umsetzung.** Das Ziel wurde im Berichtszeitraum knapp verfehlt. Bei unserem NPS liegen wir aktuell bei 86 Prozent. Damit sind wir auf einem guten Weg und wollen die letzten drei Prozent zeitnah erreichen (> Seite 52/53).

**06** Wir kontaktieren bis 2023 über 95 Prozent aller, die sich beschwerten, werktags innerhalb von 24 Stunden.

**Status: in der Umsetzung.** Das Ziel wurde von 2022 um ein Jahr auf 2023 verlängert aufgrund der Veränderung unseres CRM-Systems. Im ersten Schritt wurde eine automatische Antwortmail an Kundinnen und Kunden, die sich beschwerten, eingerichtet (> Seite 53).

**07** Wir erweitern bis zum Jahr 2025 unser Beschwerdemanagement um eine verbindliche Lernquote, die aufzeigt, inwiefern wir Ursachen für Beschwerden minimiert haben.

**Status: in der Umsetzung.** Wir haben im Berichtszeitraum die hauptsächlichen Beschwerdekategorien identifiziert und geclustert. Aufgrund der Pandemie kam es zu Verzögerungen des Prozesses. Im Mai 2022 haben wir unser Maßnahmenkonzept vorgestellt. Geplant sind etwa der Aufbau eines Performance-Managements und ein Coaching für die einzelnen Regionen. Auch planen wir unter anderem, die interne Zusammenarbeit zwischen den relevanten Fachbereichen wie Technik und Compliance zu intensivieren (> ab Seite 38).

**MENSCH**

**Die Menschen stehen bei uns im Mittelpunkt – das zeigen unsere hohen Sozialstandards, unser fairer Umgang miteinander und die vielen Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln.**

**01** Wir führen 2020 ein digitales Meldesystem für Beinaheunfälle ein, um Schwachstellen am Arbeitsplatz frühzeitig zu erkennen und notwendige Maßnahmen präventiv einzuleiten.

**Status: erreicht.** Das Meldesystem wurde eingeführt (> Seite 68).

**MENSCH**

- 01** Wir verbessern die Arbeitssicherheit unserer Mitarbeiter
- 02** Wir wollen auch weiterhin als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden.
- 03** Wir verbessern bis 2021 die Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, indem wir zusätzliche zeitgemäße Modelle evaluieren und einführen.
- 04** Wir etablieren bis 2021 zusätzlich zum betrieblichen Eingliederungsmanagement einen Leitfaden für Gespräche nach Krankheit, um den Mitarbeiter fürsorglich zurück an den Arbeitsplatz zu begleiten.
- 05** Wir garantieren bis 2021 eine Entgeltgleichheit bei gleicher Qualifikation ungeachtet des Geschlechts, der sexuellen Orientierung, ethnischen Herkunft oder religiösen Zugehörigkeit für alle Mitarbeiter.
- 06** Wir stellen bis zum Jahr 2022 sicher, dass Weiterbildungen bedarfsgerecht angeboten werden und 75 % unserer Mitarbeiter jährlich an mindestens einem Seminar oder einer technischen Schulung teilnehmen.

**02** Wir stellen bis 2022 sicher, dass Weiterbildungen bedarfsgerecht angeboten werden und 75 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jährlich an mindestens einem Seminar oder einer technischen Schulung teilnehmen.

**Status: in der Umsetzung.** Wir haben ein neues HR-Management-System eingeführt, um die individuellen Weiterbildungsbedarfe besser zu erfassen und steuern zu können. Mit der Einführung neuer Kalibrierungswerkzeuge in unseren Service-Centern sowie der Umstellung auf einen neuen Klebstoff zur Windschutzscheibenmontage 2022 ist eine Schulung unserer Monteurinnen und Monteure erforderlich und geplant. (> ab Seite 62).

**03** Wir verbessern bis 2021 die Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, indem wir zusätzliche zeitgemäße Modelle evaluieren und einführen.

**Status: erreicht.** Mit der Pandemie als Beschleuniger haben wir die Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erheblich verbessert. So sind die Beschäftigten aus Hauptverwaltung, Customer Contact Center (CCC) und Vertrieb technisch und organisatorisch für flexibles

mobiles Arbeiten im Homeoffice ausgestattet. Dies soll auch nach Corona für diese Gruppen Standard sein. Wir bieten Sabbaticals sowie Beratung und Unterstützung bei Kinderbetreuung und Pflege an. Weitere Ansätze, um Familie und Beruf besser vereinbaren zu können, sind in Umsetzung (> Seite 75).

**04** Wir etablieren bis 2021 zusätzlich zum betrieblichen Eingliederungsmanagement einen Leitfaden für Gespräche nach längerer krankheitsbedingten Ausfällen, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fürsorglich zurück an den Arbeitsplatz zu begleiten.

**Status: erreicht.** Ein Konzept für Beratungsgespräche und die notwendigen Trainings/Schulungen wurde erstellt und eingeführt (> Seite 69).

**05** Wir garantieren bis 2021 eine Entgeltgleichheit bei gleicher Qualifikation ungeachtet des Geschlechts, der sexuellen Orientierung, ethnischen Herkunft oder religiösen Zugehörigkeit für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

**Status: erreicht.** In einer Analyse haben wir unsere Gehaltsstruktur auf Hinweise hinsichtlich unfairer Bezahlung untersucht (> Seite 74). Wir haben unter anderem Geschlecht, Alter, Berufserfahrung und den Vergleich mit Wettbewerbern betrachtet sowie die Lebenskosten in Ballungsräumen berücksichtigt. Es konnten keine unfairen Gehaltsstrukturen festgestellt werden.

**06** Wir stellen sicher, dass alle Mitarbeitenden bis 2020 an einem Seminar oder E-Learning zum Carglass®-Verhaltenskodex teilgenommen haben.

**Status: in Umsetzung.** Hier liegen wir bisher bei 85 Prozent. Das Defizit ist zum einen in der Fluktuation der Belegschaft begründet. Zum anderen konnten wir dieses Ziel aufgrund der zahlreichen, kurzfristigen Anforderungen im Umgang mit der Corona-Pandemie nicht so stringent verfolgen wie geplant. Zugleich haben wir festgestellt, dass wir grundsätzlich die Rahmenbedingungen in unseren Service-Centern verbessern müssen, damit unsere Beschäftigten leichter an E-Learnings teilnehmen

können. Daher haben wir, zusätzlich zu den individuellen Firmenhandys, im Berichtszeitraum 150 Laptops an unseren Standorten verteilt, die für digitale Weiterbildungen genutzt werden können. Wir untersuchen derzeit, welche weiteren Hürden abzubauen sind – etwa sprachlich –, um die Teilnahmequote zu erhöhen (> Seite 57).

**UMWELT**

**Mit unserem Engagement fördern wir den schonenden Umgang mit der Natur und den Ressourcen sowie den Schutz des Klimas.**

**01** Wir entwickeln bis 2021 ein Konzept für eine nachhaltigere Mitarbeiter-Mobilität.

**Status: in der Umsetzung.** Die Arbeitsgruppe für dieses Thema hat Ideen gesammelt und in einem Konzept Umsetzungsoptionen priorisiert. Ein zentrales Element ist die Fokussierung auf Autos mit Elektroantrieb in unserem Fuhrpark (> Seite 82).

**UMWELT**

- 01** Wir entwickeln bis 2021 ein Konzept für eine nachhaltigere Mitarbeiter-Mobilität.
- 02** Wir erhalten bis 2021 in Anlehnung an die bestehende Fuhrparkentwicklungs Leitlinie ein Konzept für ein nachhaltigeres Flottenmanagement.
- 03** Wir stellen bis 2021 sicher, dass soziale und ökologische Kriterien im Einstellungsprozess für den neuen Standort und die Ausstattung der neuen HV berücksichtigt werden.
- 04** Wir entwickeln bis 2022 einen Kriterienkatalog für eine nachhaltige Standortwahl bei Umstrukturierungen, Neuausstattungen neuen Standorten.
- 05** Wir berichten ab 2022 unsere Klima-Bilanzierung gemäß einem gängigen Standard wie CDP (Carbon Disclosure Project).
- 06** Wir definieren als Standard, dass ab 2022 defekte Innenbeleuchtung durch LED-Tuben ersetzt wird, und lassen jährlich zehntausend angelauchte Service-Center gemäß den Anforderungen der AIGS/AV auf LED-Technologie um.
- 07** Wir reduzieren bis zum Jahr 2023 die CO2-Emissionen pro Job um 15 % (Basis: 2010).
- 08** Wir identifizieren bis 2022 Optimierungspotenziale in unserem Abfallmanagement.
- 09** Wir reduzieren bis 2022 durch die EcoFox Challenge 15 % des Materialeinsatzes.

**Wir wollen bis 2022 über Treibhausgasemissionen hinaus unseren sonstigen Ressourcenverbrauch verringern.**

**02** Wir erarbeiten bis 2021 in Anlehnung an die bestehende Fuhrparkentwicklungsleitlinie ein Konzept für ein nachhaltigeres Flottenmanagement.

**Status: erreicht.** Wir haben eine Car Policy aufgesetzt. Sie sieht vor, dass ab 2024 nur noch Elektroautos in unserem Fuhrpark zugelassen werden. Ende 2021 lag der Anteil an Elektroautos bereits bei 19,8 Prozent, was 145 Fahrzeugen entspricht. Aktuelle Fahrzeugbestellungen eingerechnet wurden Ende 2022 38 Prozent aller Carglass®-Autos elektrisch angetrieben (> Seite 82).

**03** Wir stellen bis 2021 sicher, dass soziale und ökologische Kriterien im Entscheidungsprozess für den neuen Standort und die Ausstattung der neuen Hauptverwaltung berücksichtigt werden.

**Status: erreicht.** Der CSR-Steuerkreis hat einen entsprechenden Kriterienkatalog erarbeitet (> Seite 80). Der Entscheidungsprozess zum Umzug unserer Hauptverwaltung an einen neuen Standort ist jedoch noch nicht abgeschlossen. Derzeit werden die Anforderungen neu evaluiert.

**04** Wir entwickeln bis 2022 einen Kriterienkatalog für eine nachhaltige Standortauswahl bei Umbaumaßnahmen, Neuanmietungen und neuen Standorten (zum Beispiel durch Ökostrom und Energieeffizienz).

**Status: erreicht.** Wir haben Kriterien definiert, nach denen wir Umbaumaßnahmen in Service-Centern vornehmen, etwa hinsichtlich der Umrüstung auf LED-Leuchtmittel. Wir haben einen Prozess erarbeitet, mit dem wir sicherstellen, dass Neuanmietungen höheren Umweltstandards gerecht werden, etwa durch die Versorgung mit Ökostrom. Außerdem werden wir unseren Standardmietvertrag und die Standardbaukörperbeschreibung mit Blick auf Nachhaltigkeitskriterien überprüfen. Des Weiteren planen wir, zusammen mit einer Energieberatung Effizienzpotenziale in unseren Filialen zu ermitteln (> Seite 80).

**05** Wir berichten ab 2022 unsere Klimabilanzierung gemäß einem gängigen Standard wie CDP (Carbon Disclosure Project).

**Status: erreicht.** Wir erheben unsere Emissionsdaten nach Greenhouse Gas Protocol. Scope 1 und 2 erfassen wir komplett, unsere Scope 3-Emissionen in Teilen. Diese Daten veröffentlichen wir regelmäßig im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsberichts nach den Standards der Global Reporting Initiative (> Seite 81).

**06** Ab 2020 ersetzen wir defekte Innenbeleuchtung standardmäßig durch LED-Tubes und rüsten jährlich zehn unzulänglich ausgeleuchtete Service-Center gemäß den Anforderungen der Arbeitsstättenverordnung (ArbStättV) auf LED-Technologie um.

**Status: erreicht.** Wir führen zehn Umrüstungen pro Jahr durch. Neue Beleuchtungskonzepte werden konsequent mit LED geplant (> Seite 83).

**07** Wir reduzieren bis 2025 die CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Auftrag um 15 Prozent (Basis: 2010).

**Status: erreicht.** 2021 wurden die CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Auftrag um 28 Prozent gegenüber dem Basisjahr reduziert. Um die Emissionen langfristig – auch über das Ende der Corona-Pandemie hinaus – weiter zu senken, werden weitere Maßnahmen in einer Klimastrategie festgehalten. Die Umstellung unseres Fuhrparks auf Elektromobilität wird hierbei im Mittelpunkt stehen (> Seite 81).

**08** Wir identifizieren bis 2020 Optimierungspotenziale in unserem Abfallmanagement.

**Status: erreicht.** Deutschlandweite Tests haben gezeigt, dass wir bereits optimal vorsortieren (> Seite 89).



## GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

**Es ist unser Anspruch, der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Dabei liegen uns benachteiligte Kinder und Jugendliche besonders am Herzen.**

**01** Wir evaluieren bis 2021 unsere sozialen Aktivitäten und machen den Impact unseres gesellschaftlichen Engagements (im Unternehmen wie auch in der Stiftung) transparenter.

**Status: erreicht.** Im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts werden so weit wie möglich Wirkungszahlen bei unseren Initiativen Afrika Tikkun, Joblinge und Pänzilvania abgefragt. Zudem dient das Projekt „Garden to Kindergarten“ (> Seite 94) als erster Schritt in Richtung Wirkungsanalyse.

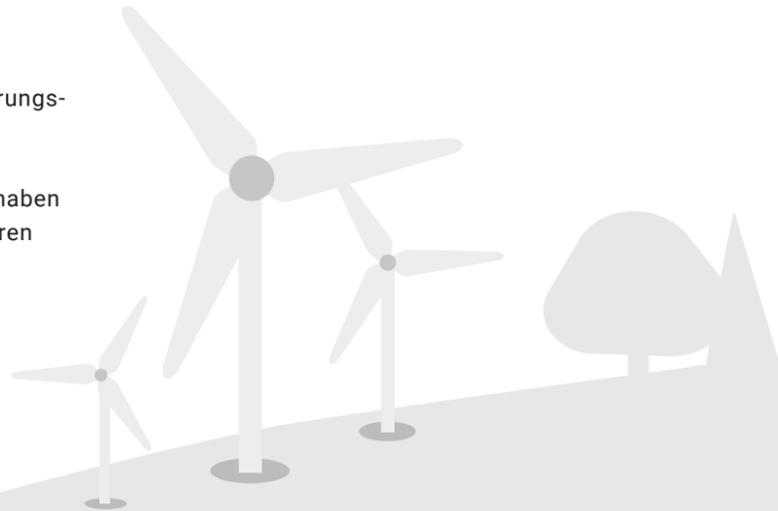
**02** Wir definieren bis 2020 Förderschwerpunkte sowie eine regionale Abdeckung für das gesellschaftliche Engagement von Carglass® in Einklang mit unserer Stiftung GIVING BACK.

**Status: erreicht.** Dies konnten wir bereits noch Ende 2019 umsetzen und kommunizieren seither unsere definierten Förderschwerpunkte auf der GIVING-BACK-Homepage. Sie werden zudem bei zukünftigen Kommunikationsmaterialien mitberücksichtigt.



**03** Wir intensivieren bis 2025 die Zusammenarbeit von GIVING BACK mit bestehenden Initiativen und identifizieren neue Partner, um das Engagement zu erweitern und das Spendenvolumen auf 500.000 Euro anzuheben.

**Status: in der Umsetzung.** Wir versuchen kontinuierlich, neue Herzensprojekte zu identifizieren und im Rahmen von langfristigen Partnerschaften wie mit der RTL-Stiftung zu fördern. Hier haben wir als Startschuss das Projekt „Grow for Life“ festgelegt, das sich mit einem holistischen Ansatz für die frühkindliche Entwicklung einsetzt. Im ersten Schritt haben wir während der Pandemie Akuthilfe mit Essenspaketen geleistet sowie das Projekt „Garden to Kindergarten“ unterstützt (> Seite 94). Zukünftig sollen weitere Projektschwerpunkte folgen. Dazu stehen wir in einem regen Austausch und planen konkrete Projektschritte für 2023.



## 1.3 UNSER CSR-MANAGEMENT

Die Verantwortung für unser CSR-Management liegt bei der Geschäftsleitung (GL) als höchstem Leitungsorgan der Carglass GmbH. Diese besteht aus dem Geschäftsführer Jean-Pierre Filippini sowie den Direktorinnen und Direktoren der Fachbereiche – insgesamt besteht die GL damit aus drei Frauen und vier Männern. Ein Mitglied der GL ist gleichzeitig im Stiftungsvorstand der Carglass®-Stiftung GIVING BACK, ein weiteres Mitglied der GL im Stiftungsrat.

### CSR-Abteilung trägt fachliche Verantwortung

CSR ist organisatorisch in der Unternehmenskommunikation verortet und gehört damit zum Unternehmensbereich Sales & Marketing. Die fachliche Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit übernimmt die dort angesiedelte CSR-Abteilung. Das unternehmensweite CSR-Management wird von zwei zentralen CSR-Referenten (1 x weiblich, 1 x männlich) verantwortet, die dem Head of Communications unterstellt sind. Zudem gibt es einen Umweltexperten, der für die Umweltbelange zuständig ist. Die CSR-Referenten berichten wöchentlich nachhaltigkeitsbezogene Themen an den Head of Communications, der wiederum an den Director Sales & Marketing und somit an die GL berichtet.

### CSR-Board gibt strategische Ausrichtung vor

Die GL bildet zusammen mit den CSR- und dem Umwelt-Referenten sowie weiteren Führungskräften relevanter Fachbereiche das seit 2017 etablierte CSR-Board. Es trifft richtungsweisende Entscheidungen mit Bezug auf Nachhaltigkeit, unter Beachtung der rechtlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen sowie der Unternehmenswerte. Es definiert maßgeblich die Zielsetzung und Fortführung nachhaltigkeitsbezogener Projekte, deren Strategien sowie Zielsetzungen und legt entsprechende Richtlinien fest.

Das CSR-Board tagt zweimal im Jahr. Dabei berichten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus CSR- und Umweltmanagement über die Auswirkungen

der Geschäftstätigkeit in Bezug auf die Aspekte Wirtschaft, Umwelt und Menschen. Auf dieser Ebene werden sowohl die kurz- bis mittelfristigen als auch die langfristigen Nachhaltigkeitsziele diskutiert und verabschiedet.

### CSR-Steuerkreis setzt operativ um und stärkt Fachbereiche

Unser operatives Nachhaltigkeitsgremium ist der CSR-Steuerkreis. Er besteht aus elf CSR-Beauftragten und wird von den beiden CSR-Referenten geleitet. Dieses Gremium arbeitet die Entscheidungsgrundlagen für das CSR-Board aus und führt die operative Nachhaltigkeitsarbeit. Zudem hat es die Aufgabe, das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in den Fachbereichen zu stärken, sowohl in der Unternehmenszentrale als auch an allen Standorten.

Der Steuerkreis tagt einmal im Monat und verantwortet insbesondere die Umsetzung der CSR-Roadmap 2025. Die CSR-Beauftragten vermitteln und gestalten in dieser Rolle und bilden eine Art Schnittstellenfunktion, indem sie fachbereichsbezogene Themen aktiv ins Arbeitsgremium einbringen und Zielsetzungen wie auch Themen als Botschafterinnen und Botschafter in die Organisation hinaustragen. Sie sind das Sprachrohr sowohl in die eine als auch in die andere Richtung, um Nachhaltigkeit im Unternehmen voranzutreiben. Die Nachhaltigkeitsziele werden so in allen Fachabteilungen kommuniziert und dort umgesetzt.

Dabei haben die CSR-Referentin und der CSR-Referent insbesondere die Aufgabe, die CSR-Botschafterinnen und -Botschafter sowie die entsprechenden Fachabteilungen in den Nachhaltigkeitsprojekten zu unterstützen. Sie befähigen sie bei ihren Nachhaltigkeitsbemühungen, indem sie ihnen fachlich und beratend zur Seite stehen und als Multiplikatoren für fachbezogene Nachhaltigkeitsthemen ausbilden und einbinden.

CSR-Board und CSR-Steuerkreis bilden zusammen mit der Abteilung CSR das strategische und operative CSR-Management der Carglass GmbH.



Nachhaltigkeit hat bei Carglass® Priorität. Unsere CSR-Strategie „Unsere Verantwortung – wir denken an morgen“ gibt uns dabei die Richtung vor.

### Klare Richtlinien geben Orientierung

Wir haben unsere Prinzipien und Regelungen mit Nachhaltigkeitsbezug in Richtlinien verankert und institutionalisiert. Jede der Richtlinien wurde von der Geschäftsleitung freigegeben:

#### ALLGEMEIN

- CSR-Policy

#### UMWELT

- Umweltpolitik
- Umweltleitlinie
- Car Policy, Paper Policy

#### LIEFERKETTE

- Supplier Code of Conduct
- Richtlinie Nachhaltige Beschaffung

#### PEOPLE & COMPLIANCE

- Verhaltenskodex
- People Policy
- Compliance und Anti-Korruption
- Anti-Korruptionsrichtlinie
- Compliance-Richtlinie
- Unterschriftenrichtlinie

Die Richtlinien gelten für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Carglass GmbH. Sie werden durch das Veröffentlichen im Intranet sowie per E-Mail-Versand kommuniziert.

Der Supplier Code of Conduct gilt für alle Lieferanten mit einem Umsatz von mehr als 10.000 Euro pro Jahr, die ihn direkt oder im Zuge des Vertrags unterschrieben haben. Er wird vor Vertragsabschluss zugesendet sowie auf einer nur für Lieferanten zugänglichen Seite unserer Homepage veröffentlicht.

### Ethikrat wacht über Verhaltenskodex

Ein weiteres strategisch wichtiges Gremium in Bezug auf Nachhaltigkeit ist der seit 2020 etablierte Ethikrat. Dieser versteht sich als „Wächter“ zur Einhaltung unseres Verhaltenskodex und ist Ansprechpartner bei Abweichungen. Er besteht aus drei Mitgliedern der Geschäftsleitung sowie der Betriebsratsvorsitzenden. Seine vornehmliche Aufgabe besteht darin, strukturell auftretende ethische Konfliktsituationen zu erkennen, zu bewerten und Empfehlungen auszusprechen. Der Ethikrat unterliegt in der Berichtspflicht nicht dem Geschäftsführer, sichert somit innerhalb des Gremiums Vertraulichkeit und ist daher frei in seinen Empfehlungen.

# 1.4 WESENTLICHKEIT KONTINUIERLICH ERFASSEN

Um die Perspektive und Meinung unserer Stakeholderinnen und Stakeholder sowie Auswirkungen auf Wirtschaft, Umwelt und Menschen zu ermitteln und zu steuern, nutzen wir die Wesentlichkeitsanalyse. Diese haben unser CSR-Board und -Steuerkreis 2019 unter Einbeziehung interner wie externer Anspruchsgruppen erstmals umfassend durchgeführt. Mit den Ergebnissen arbeiten wir anhand der hier abgebildeten Wesentlichkeitsmatrix. Um unsere CSR-Roadmap 2025 weiterzuentwickeln, werden wir 2023 die Risikoanalyse wiederholen.

Wesentlichkeitsmatrix 2019



### Beitrag zu den Sustainable Development Goals

Wir bekennen uns zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen und zahlen durch unsere Nachhaltigkeitsstrategie insbesondere auf folgende Ziele ein:



### Auszeichnung durch EcoVadis



Unser CSR-Engagement im Berichtszeitraum wurde im Juni 2022 zum vierten Mal mit dem „Gold-Status“ im Ranking von EcoVadis ausgezeichnet. Die Methodik dieses Monitorings basiert auf internationalen Standards für Nachhaltigkeit, darunter der Global Reporting Initiative, des United Nations Global Compacts sowie ISO 26000. Es untersucht, wie gut ein Unternehmen die Prinzipien der Nachhaltigkeit/CSR in sein Geschäfts- und Management-System integriert hat. Wir erzielten 73 von 100 möglichen Punkten. Über 85.000 Unternehmen wurden weltweit analysiert. Nur ein Prozent der zertifizierten Unternehmen aus der Kfz-Servicebranche erreichen in den Kategorien Umwelt, Arbeit und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung vergleichbar hohe Werte wie Carglass®.

# 1.5 STAKEHOLDERDIALOG

Unternehmensverantwortung bedeutet auch, Anspruchsgruppen aktiv in Entscheidungen einzubeziehen und ihre Erwartungen zu berücksichtigen. Zu unseren internen und externen Anspruchsgruppen zählen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Betriebsrat, Kundinnen und Kunden, darunter Versicherungen sowie Unternehmen aus den Bereichen Leasing, Flotten und Vermietung (Rental), kurz auch als LFR bezeichnet, Lieferanten, Wettbewerber, die interessierte Öffentlichkeit, Medien, Verbände und NGOs sowie Institutionen auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene.

Mit diesen Anspruchsgruppen pflegen wir den kontinuierlichen Austausch. Je nach Art der Verbindung zu unseren Stakeholdern gibt es unterschiedliche Formen des Dialogs und entsprechend ausgewählte themenbezogene Inhalte. Besonders unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sensibilisieren wir mit umfangreichen Maßnahmen für das Thema CSR und bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten, sich an unserem Engagement zu beteiligen. Dazu dient beispielsweise unsere jährliche Jahresauftaktveranstaltung für Führungskräfte. Hier stellen wir in Vorträgen und Messeständen das Thema Nachhaltigkeit sowie konkrete Aktionen vor. Zudem holen wir uns über Online-Befragungen oder im direkten Austausch Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitenden und Führungskräften ein.

Wir suchen auch in politischen Initiativen und Branchenveranstaltungen den Dialog und bringen uns ein. So sind wir Mitglied des deutschen Netzwerks des UN Global Compacts und Unterzeichner der Charta der Vielfalt.

2020 sind wir vor Beginn der Pandemie mit unseren Geschäftspartnern im Rahmen einer Messe in den Austausch gegangen, danach über unsere Webinarreihe „Carglass® Connect“. Bei der Messe traten wir mit unserem Projektpartner PRIMAKLIMA auf und präsentierten den Gästen aus der Versicherungs- und LFR-Branche an einem Stand gemeinsam unser Projekt „Reparatur für die Natur“ (> Seite 23) sowie unsere interne Nachhaltigkeits-Challenge.

Wir sind zudem Mitglied der User Group „Nachhaltigkeitsmanagement in Versicherungsunternehmen“ der Versicherungsforen Leipzig. Im Frühjahr 2021 präsentierten wir in diesem Rahmen unsere Klimastrategie zur Reduktion unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks (> Seite 81).

Im Berichtszeitraum haben wir, wie auch schon in den Jahren zuvor, an den Aktionstagen für Nachhaltigkeit im Zuge der Europäischen Nachhaltigkeitswoche teilgenommen. Dazu wurde die Fahrrad-Challenge initiiert, bei der die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Spendengelder für den guten Zweck sammeln können, indem sie für den Arbeitsweg das Fahrrad nutzen.



Carglass® steht mit seinen Fachexpertinnen und -experten auch im institutionalisierten Dialog mit anderen Fachstakeholdern. So sind zwei unserer Expertinnen für Compliance aktive Mitglieder im Bundesverband für Compliance-Manager und tauschen sich innerhalb dieses Netzwerks mit anderen Inhouse-Compliance-Managern zu aktuellen Themen aus.

# 1.6 COMPLIANCE

Compliance bedeutet für uns nicht nur, in Übereinstimmung mit den geltenden Gesetzen und Regeln zu handeln, sondern auch, unser Verhalten gegenüber Kundinnen und Kunden, Geschäftspartnern und Mitbewerbern an unseren Werten auszurichten. Wir sind überzeugt, dass wir nur dann langfristig erfolgreich sein können, wenn wir gesetzeskonform, integer und wertebasiert handeln.

Um dies im gesamten Unternehmen umsetzen zu können, haben wir ein Compliance-Management-System (CMS) implementiert. Es basiert auf den Anforderungen des IDW PS 980 sowie der ISO 37301 und ist in sieben Bereiche unterteilt. Durch diesen Aufbau soll systematisch in allen Geschäftsbereichen und Abteilungen die Gesetzes- und Wertekonformität sichergestellt werden (s. Abb. 1). Die Bereiche greifen ineinander über und stellen so einen sich kontinuierlich weiterentwickelnden Kreislauf dar. Um das bestehende CMS darüber hinaus auszubauen, haben wir im

Berichtszeitraum den Fokus auf die Bereiche „Compliance-Risiken“, „Compliance-Organisation“ und „Compliance-Programm“ gelegt.

### Personelle Verstärkung und klare Aufgabenverteilung

Im Bereich der Compliance-Organisation wurden die Teams der beiden Compliance-Verantwortlichen (Director Finance und Director Legal) personell verstärkt. Im Zuge dessen wurde auch eine detaillierte Aufgabenverteilung zwischen diesen beiden Bereichen eingeführt. Hierfür wurden die Aufgaben im Dreiklang „Prevent – Detect – React“ verteilt (s. Abb 2). Dadurch verhindern wir, dass es zu Aufgaben- oder Interessenkollisionen bei der gemeinsamen Bearbeitung der Compliance-Aufgaben kommt. So können wir die Objektivität und Integrität auch organisatorisch zu jedem Zeitpunkt sicherstellen.



Abbildung 1

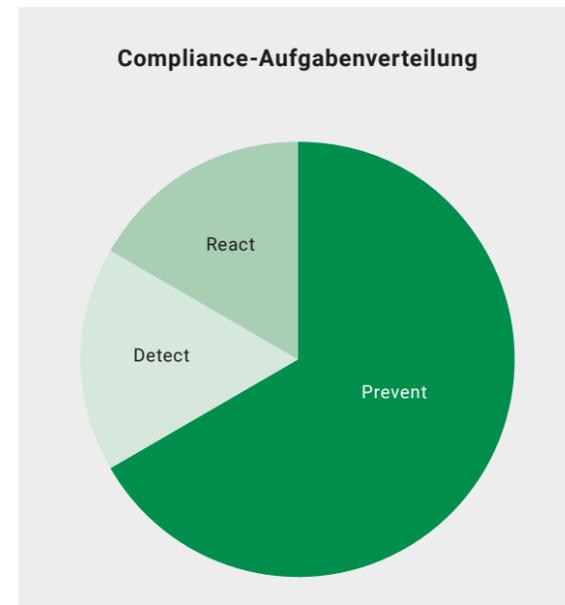


Abbildung 2



### Risikoanalyse erweitert

Ein weiterer Fokus wurde auf die Weiterentwicklung unserer Compliance-Risikoanalyse gelegt. Hier wurde das Verfahren zur Berechnung der jeweiligen Compliance-Risiken um weitere Parameter, etwa eingetretene Fälle, Auswirkungen auf andere Geschäftsbereiche oder Reputationsschäden, ergänzt. Dadurch konnten wir für jeden Geschäftsbereich eine spezifischere Risikobewertung als bisher durchführen. Dies ermöglicht uns eine bestmögliche Einschätzung des einzelnen Compliance-Risikos sowie eine noch zielgerichtetere Ableitung risikominimierender Compliance-Maßnahmen.

Basierend auf den Ergebnissen dieser Compliance-Risikoanalyse wurde das Compliance-Programm im Berichtszeitraum neu ausgerichtet. Daraus resultierend wurden die Themen „Anti-Korruption“, „Fairer Wettbewerb“ und „Umgang mit Interessenkonflikten“ als Schwerpunktthemen festgelegt.

### Neue Anti-Korruptionsrichtlinie ergänzt Verhaltenskodex

Korrumpierte Verhaltensweisen im geschäftlichen Umfeld können schwerwiegende finanzielle sowie weitreichende immaterielle Schäden nach sich ziehen. Auch können Zweifel an der Integrität von Carglass® als Geschäftspartner und Dienstleister entstehen.

Daher gibt es klare Regelungen zur Verhinderung von Korruption und korrupten Verhaltensweisen. So schulen wir bereits seit Jahren regelmäßig zu unserer Compliance-Richtlinie. Im Berichtszeitraum haben wir darüber hinaus eine „Anti-Korruption“

tionsrichtlinie zum korrekten Umgang mit Zuwendungen“ implementiert. Diese ergänzt unseren Verhaltenskodex sowie unsere allgemeine „Compliance-Richtlinie“ und enthält die wesentlichen rechtlichen Grundlagen sowie die von Carglass® aufgestellten Verhaltensregeln, um korrupte Handlungen (sowohl aktiv als auch passiv) zu vermeiden. Zusätzlich müssen alle Mitarbeitenden das E-Learning zu unserem Verhaltenskodex durchführen, in dem sich ein wesentlicher Teil mit dem Thema „Anti-Korruption“ beschäftigt. Seit seiner Einführung Ende 2019 haben 2.151 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter inklusive der leitenden Angestellten das E-Learning absolviert.

Darüber hinaus gab es 2021 eine gesonderte Compliance-Schulung für den Geschäftsbereich „Sales“ (pandemiebedingt online), um das Risiko für Korruptionsverstöße speziell in diesem Bereich zu verringern.

Des Weiteren haben wir im Berichtszeitraum unseren neuen Supplier Code of Conduct (> Seite 48, Kapitel Lieferkette und Kundenservice) eingeführt, in dem die Erwartungen und Anforderungen an unsere Geschäftspartner in Bezug auf Themen wie Anti-Korruption, fairer Wettbewerb oder Datenschutz festgehalten sind. All diese Maßnahmen werden durch unsere Reiserichtlinie, unsere Unterschriftenrichtlinie und die Informationen auf unserer Intranetseite ergänzt.

All diese Bemühungen im Bereich „Anti-Korruption“ sollen durch weitergehende Schulungsangebote kontinuierlich verstärkt und ausgebaut werden.



### **Kartell- und Wettbewerbsrecht – fairer Geschäftspartner und Mitbewerber sein**

Wir möchten unseren Kundinnen und Kunden, aber auch unseren Geschäftspartnern und Mitbewerbern gegenüber als fairer und integrierter Marktteilnehmer auftreten. Nur so können wir langfristig erfolgreich, nachhaltig und unseren Werten entsprechend agieren. Daher ist es für uns von erheblicher Bedeutung, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Regeln eines fairen Wettbewerbs kennen und sich in ihrer täglichen Arbeit daran halten. Die Bedeutung dieses Themas wird ihnen in unserem E-Learning „Allgemeiner Verhaltenskodex“ vermittelt.

Im Rahmen der Compliance-Risikoanalyse wurden im Bereich der Vertriebs-/Marketingtätigkeiten bei abstrakter Betrachtung erhöhte Risiken für Verstöße gegen das Kartell- und Wettbewerbsrecht identifiziert. Um diese Risiken zu minimieren, wurden mehrere interne Prozessabläufe geschaffen, die die Rechtskonformität der Vertriebs- und Marketingtätigkeiten sicherstellen sollen. Zu diesen Prozessabläufen zählt insbesondere die Prüfung und Freigabe jeder Vertriebs- und Marketingtätigkeit durch einen Syndikusrechtsanwalt. Des Weiteren wurde im Vertriebssupport eine zentralisierte Stelle geschaffen. Diese stellt in enger Abstimmung mit der Rechtsabteilung sicher, dass nur Verträge und Vertragsangebote versandt werden, die mit den geltenden Gesetzen und internen Richtlinien in Übereinstimmung stehen. Dadurch minimieren wir die Wahrscheinlichkeit für individuelle Fehler und setzen einen klaren Maßstab für unser eigenes Verhalten.

Um das Bewusstsein für das Thema kontinuierlich zu schärfen und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weiterführende Handreichungen zu geben, haben wir eine Richtlinie zum korrekten Umgang mit Wettbewerbern aufgesetzt und 2022 veröffentlicht.

### **Interessenkonflikte – Objektivität und Transparenz**

Potenzielle oder tatsächliche Interessenkonflikte können die Objektivität und Neutralität unserer Entscheidungen – bewusst und unbewusst – beeinflussen. Da wir aber jede geschäftliche Entscheidung transparent und auf objektiven Kriterien basierend treffen wollen, haben wir im Berichtszeitraum begonnen, einen Prozess zum Umgang mit Interessenkonflikten einzuführen. Alle Mitarbeitenden können hierfür auf der Compliance-Intranetseite auf ein Formular zugreifen, mithilfe dessen sie potenzielle oder tatsächliche Interessenkonflikte vertraulich gegenüber der Compliance-Abteilung offenlegen können. Diese werden in weiterer Folge von der Compliance-Abteilung geprüft. Sofern notwendig, werden dann weitere Schritte eingeleitet, um die Transparenz und Objektivität bei Entscheidungsprozessen sicherzustellen. Diesen Prozess wollen wir weiter ausbauen und formalisieren. Daneben ergänzen eine Unterschriften- und eine Einkaufsrichtlinie unsere präventiven Maßnahmen zur Sicherstellung der Objektivität und Transparenz bei Geschäftsentscheidungen. Diese regeln, dass Geschäftsentscheidungen grundsätzlich nur im Vier-Augen-Prinzip getroffen und unsere strengen Anforderungen insbesondere bei der Beschaffung von Waren, Gütern und Dienstleistungen eingehalten werden.

### **Regelmäßige Prüfungen**

Ein wesentliches Element, um die Wirksamkeit des Compliance-Programms sicherzustellen, ist die regelmäßige Überwachung und Überprüfung der bestehenden Prozesse. Dazu setzt zum einen unsere interne Revision Audits um. Im Berichtszeitraum waren es insgesamt 400 Audits in unseren Service-Centern. Zusätzlich werden jährlich stichprobenartig Überwachungsaudits zur Überprüfung der Zertifizierungen ISO 9001 und ISO 14001 durchgeführt. 2022 ist die Rezertifizierung der beiden ISO-Standards geplant.

### **Arbeitnehmerrechte wahren**

Auf Grundlage unserer Werte Integrität, Respekt und Vertrauen stellt der unternehmensweite Verhaltenskodex Leitplanken für einen verantwortungsbewussten Arbeitsalltag auf. Der Kodex deckt die Bereiche „Mitarbeiter und Kultur“, „Risikomanagement bei Interaktion mit Dritten“ und „Risikomanagement im Bereich Information und Kommunikation“ ab. Diese beinhalten unter anderem die Bekämpfung von Diskriminierung und

das konsequente Vorgehen gegen Korruption und Bestechung. Da wir die Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit unterstützen, ist auch die strikte Einhaltung der Menschenrechte Thema. Dementsprechend dulden wir beispielsweise keine Form von Kinder-, Zwangs- oder Schwarzarbeit, keinerlei Form von Diskriminierung und Belästigung und fördern zudem das Recht auf Teilnahme im Betriebsrat.

Bei allen Geschäftsprozessen stellen wir die Transparenz sowie Objektivität sicher und treten als fairer und integrierter Marktteilnehmer auf.



## Beschwerdesystem ermöglicht anonyme Hinweise

Um Verstöße oder erkannte Risiken melden zu können, steht allen Mitarbeitenden unser anonymes Hinweisgebersystem, die „Speak-up Line“, zur Verfügung. Hierbei handelt es sich um ein web-basiertes Meldesystem, das online oder telefonisch zu erreichen ist und über das anonym oder vertraulich eine Meldung abgegeben werden kann. Jede Meldung wird sorgfältig geprüft und bearbeitet. Sollten Verstöße oder Prozessfehler festgestellt werden, werden angemessene Abhilfemaßnahmen ergriffen. Über das System kann Carglass® anonym mit den Hinweisgebenden in Kontakt treten und dadurch bestehende Missstände effektiver beseitigen. Zusätzlich stehen allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine interne Compliance-E-Mail-Adresse sowie die zuständigen Kolleginnen und Kollegen als persönliche Ansprechpartner zur Verfügung. Im Berichtszeitraum wurden weder über die Speak-up Line noch über andere Kanäle mögliche Korruptions- oder Kartellrechtsverstöße gemeldet.

Uns sind darüber hinaus für den Berichtszeitraum keine signifikanten Bußgelder oder nicht monetäre Strafen aufgrund der Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften bekannt. Gleiches gilt für Korruptionsfälle, Fälle wettbewerbswidrigen Verhaltens oder von Kartell- und Monopolbildung.

## Compliance-Kultur – die Grundlage unseres CMS

Sämtliche beschriebenen Maßnahmen und Prozesse können nur dann effektiv und nachhaltig sein, wenn Compliance tatsächlich im Unternehmen gelebt wird. Hierzu benötigt es eine Unternehmenskultur, in der Compliance für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Führungsebene des Unternehmens eine Selbstverständlichkeit darstellt. Wir arbeiten jeden Tag daran, diese Compliance-Kultur auszubauen und weiter zu stärken. Sie wird dabei wesentlich vom „Tone from the top“ geprägt. Dieser zeigt sich in unterschiedlichen Formen. Beispielsweise wird in regelmäßigen Führungskräftemeetings über die Bedeutung von Compliance, möglichen Herausforderungen und Lösungen gesprochen. Es besteht die klare Erwartung des Managements gegenüber den Führungskräften, dass ihnen die Bedeutung und

Wichtigkeit des Themas bewusst ist und sie dies ihren Fachkräften vorleben. Daneben stellt die beständige und qualitativ hochwertige Weiterbildung der für Compliance zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine wesentliche Anforderung des Managements dar. Zusätzlich gibt es regelmäßige Compliance-Beiträge in unserem Intranet und der unternehmenseigenen Zeitschrift „Krack“. So wird die Compliance-Kultur kontinuierlich gestärkt und ausgebaut.

## Datenschutz – sicher mit Daten umgehen

Neben unseren Compliance-Schwerpunktthemen hat insbesondere der Schutz der Daten unserer Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Geschäftspartner einen wesentlichen



*Wir stärken jeden Tag eine Unternehmenskultur, in der Compliance für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Selbstverständlichkeit darstellt.*

Stellenwert. Verstöße gegen geltendes Datenschutzrecht können nicht nur sehr hohe Bußgelder nach sich ziehen, sie können insbesondere auch das Vertrauen unserer Stakeholder in uns als zuverlässigen und integren Geschäftspartner, Dienstleister und Arbeitgeber nachhaltig erschüttern.

Damit unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter alle nötigen Informationen haben, um in ihrem Arbeitsalltag den Schutz sämtlicher personenbezogener Daten sicherstellen zu können, haben wir unterschiedliche Maßnahmen zur Sensibilisierung einerseits sowie zur Informations- und Wissensvermittlung andererseits implementiert. Beispielsweise wurde im Berichtszeitraum in enger Zusammenarbeit zwischen der IT- und der Rechtsabteilung unsere unternehmensweite Datenschutzrichtlinie überarbeitet. Daneben existieren bereits diverse andere Dokumente, wie eine Kurzinformation zum Datenschutz für Kundinnen und Kunden, Datenschutzverpflichtungen für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie klare Regelungen zur Nutzung von mobilen Endgeräten, die bei der Einhaltung der Vorgaben unterstützen sollen. Alle Dokumente und darüber hinausgehende Informa-

tionen stehen in unserem Intranet zur Verfügung. Des Weiteren haben wir ein verpflichtendes E-Learning zum Thema Datenschutz eingeführt. Hier wurde insbesondere auf eine starke Praxisrelevanz geachtet. So erhalten etwa Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Service-Centern ein spezifisch auf ihren Arbeitsalltag abgestimmtes E-Learning, das aus einer Kombination aus Video-, Text- und Quizausschnitten erstellt wurde. Hier hatten wir uns eine Teilnahmequote von 90 Prozent als Ziel gesetzt, die auch erreicht wurde. Diese Schulungsquote wollen wir weiter erhöhen und ein gleichbleibend hohes Datenschutzniveau während der geplanten IT-Projekte gewährleisten.

Neben diesen präventiven Maßnahmen haben wir organisatorische Vorkehrungen getroffen, um datenschutzrechtliche Vorgaben effektiv innerhalb des Unternehmens zu verankern. So gibt es für alle Fachbereiche Datenschutzverantwortliche, um auch in den spezifischen Abteilungen den korrekten und sicheren Umgang mit Daten gewährleisten zu können. Diese werden von unserem externen Datenschutzbeauftragten sowie unserem IT-Security-Verantwortlichen unterstützt.

Im Berichtszeitraum haben wir neue Group Data Transfer Sharing Agreements eingeführt sowie den Schwerpunkt darauf gelegt, sämtliche Vorgaben zur Eindämmung der Corona-Pandemie datenschutzkonform umzusetzen. Um den Anforderungen der Pandemie und der daraus resultierenden verstärkten Homeoffice-Nutzung angemessen zu begegnen, wurde ein E-Learning zum Thema „Datenschutz im Homeoffice“ für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erstellt.

In den Berichtsjahren hat eine unabhängige Prüfungs- und Beratungsgesellschaft den Reifegrad unserer Maßnahmen zur Sicherstellung des Datenschutzes evaluiert. Hierbei wurde ein Reifegrad von 91 Prozent festgestellt.

Nach Prüfung durch das nach den internen Verfahrensregeln zuständige Response-Team lag im Berichtszeitraum in zwei Fällen ein meldepflichtiger Datenschutzvorfall vor. In beiden Fällen teilte uns die zuständige Aufsichtsbehörde im Anschluss mit, dass die Angelegenheit als abgeschlossen angesehen wird, da die von uns ergriffenen Maßnahmen angemessen und zielführend waren.



„Wir nehmen unsere Sorgfaltspflichten sehr ernst. Wir achten bereits bei der Lieferantenauswahl auf ökologische Kriterien sowie die Einhaltung von Menschenrechten. Bei der Anlieferung unserer Carglass®-Scheiben haben bereits 30 % unserer Service-Center die Möglichkeit, die ausgebauten Windschutzscheiben direkt zurückzugeben. Insgesamt werden bei Carglass® 100 % der Scheiben dem Recycling zugeführt und 97 % der Materialien verbleiben so im Wertstoffkreislauf.“

So können sich unsere Kundinnen und Kunden auf uns verlassen: Weil wir Qualitätsarbeit liefern und unsere Lieferketten im Blick haben.“



Andre Buschmann  
Head of Operations Support, Köln

# 2. LIEFERKETTE UND KUNDENSERVICE

**Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden mit erstklassigen Produkten und Services begeistern. Dabei sollen sie darauf vertrauen können, dass wir Verantwortung übernehmen. Unser Anspruch ist, die möglichen Risiken für Mensch und Umwelt in unserer Lieferkette beständig zu minimieren. Zudem achten wir auf höchste Qualität – und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter überzeugen durch ihre Kompetenz.**

## 2.1 MANAGEMENTANSATZ LIEFERKETTE

Ein effektives Management der ökologischen und sozialen Auswirkungen führt zu einer verantwortungsvollen Beschaffung und stellt für uns die Grundlage für ethische Geschäftspraktiken dar. Wir haben uns vorgenommen, Materialien aus verantwortungsbewussten Quellen zu beziehen. Über langfristige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten wollen wir über unseren Geschäftsbereich hinaus für mehr Nachhaltigkeit in den Lieferketten sorgen. Im Rahmen dessen bereiten wir uns aktuell darauf vor, dem neuen deutschen Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz (LkSG) zu entsprechen. Hierzu haben wir ein Projektteam aus verschiedenen Abteilungen gegründet.

Wir beziehen unsere Materialien weltweit von rund 2.200 Lieferanten. Dabei unterscheiden wir zwischen indirektem (Produktgruppen wie Werkzeug oder Arbeitskleidung sowie insbesondere Dienstleistungen) und direktem Material (Komponenten, die unmittelbar für die Scheibenreparatur benötigt werden wie Scheiben oder Reparaturharz).

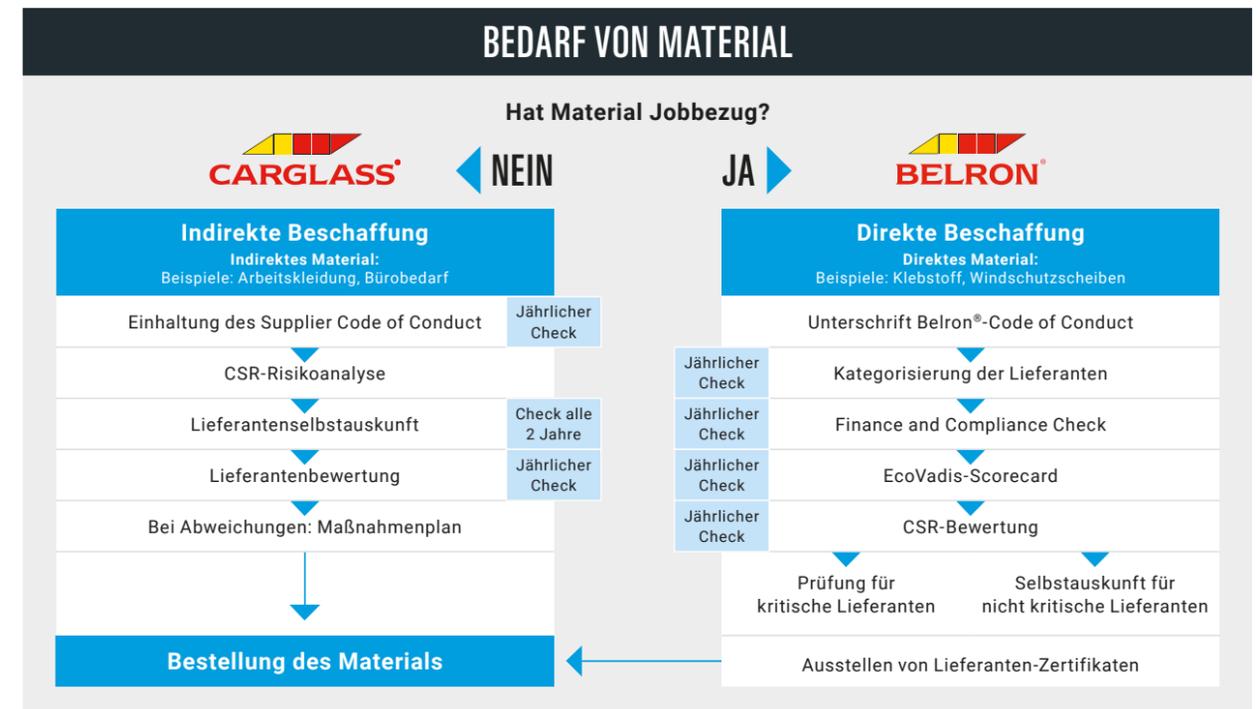
Das indirekte Material wird direkt von Carglass® Deutschland eingekauft. Das direkte Material bestellt

unser deutsches Supply-Chain-Team zu 96,5 Prozent beim zentralen Einkauf unserer Konzernmutter Belron®. Bei den restlichen 3,5 Prozent greifen wir vorwiegend auf europäische Lieferanten oder Händler zurück. Waren für den täglichen Verbrauch unserer Service-Center beziehen wir von Lieferanten aus Deutschland.

Die Zuständigkeit für die Beschaffung liegt bei den Bereichen Einkauf und Supply Chain in Zusammenarbeit mit dem Bereich Legal/Compliance. CSR-Beauftragte aus diesen Abteilungen sind Mitglieder des CSR-Steuerkreises. Sie sensibilisieren ihre Kolleginnen und Kollegen der Fachbereiche laufend für Nachhaltigkeitsthemen.

Das Einkaufsvolumen unseres direkten Materials betrug 2020 rund 46,4 Mio. Euro. 2021 waren es rund 50,3 Mio. Euro. Mehr zu indirektem Material im Kapitel Umwelt (> ab Seite 78).

Unsere Beschaffungsprozesse und das Lieferantenmanagement für indirektes sowie direktes Material stellen wir in den folgenden Abschnitten vor.



## 2.2 BESCHAFFUNG INDIREKTES MATERIAL

Zentrale Grundlage für die Zusammenarbeit mit Lieferanten ist unser Carglass® Supplier Code of Conduct, den wir im Berichtszeitraum entwickelt haben. Darin sind geltende Standards, Gesetze und rechtliche Risiken beschrieben sowie die wesentlichen Werte und Grundüberzeugungen unseres Unternehmens definiert. Alle Hauptlieferanten für indirekte Materialien, also Lieferanten mit einem Umsatz von mehr als 50.000 Euro pro Jahr, sind zu seiner Einhaltung verpflichtet. Gleiches gilt für kritische Lieferanten, die wir mittels einer neuen Risikoanalyse ermitteln.

### Richtlinie stellt Umwelt- und Sozialstandards sicher

Um unsere Lieferkette stärker an Nachhaltigkeitskriterien auszurichten, wurde ein Prozess für nachhaltiges Lieferantenmanagement gemeinsam mit einer externen Beratung aufgesetzt. Die Ergebnisse und wichtigsten Meilensteine dieses Prozesses wurden im Anschluss durch die Abteilung Compliance und Einkauf in der Richtlinie „Nachhaltige Beschaffung“ festgehalten. Damit haben wir im Berichtszeitraum Ziel 03 unserer Roadmap

verwirklicht. Um die Transparenz und die Nachhaltigkeitsleistung in unseren Lieferketten insgesamt zu erhöhen, beschreibt sie den systematischen Prozess für den Einkauf:

- Risikoanalyse mit CSR-Risikocheck potenzieller Lieferanten
- Lieferantenselbstauskunft, die alle zwei Jahre auf ihre Aktualität geprüft wird und Angaben zu Arbeitsbedingungen, Qualitäts- und Umweltmanagement abfragt. Sollte das Procurement Beanstandungen haben, werden Verbesserungsmaßnahmen gefordert.
- Verpflichtung zur Einhaltung des Carglass® Supplier Code of Conduct vor Vertragsabschluss
- Lieferantenbewertung insbesondere nach ökologischen und sozialen Kriterien
- Kontaktaufnahme/Persönliche Gespräche bei Unterschreitung des definierten Zielwerts

Wir haben die Transparenz unserer Lieferkette zudem weiter erhöht, indem wir relevante Informationen zu unseren Einkaufsprozessen auf unserer Internetseite zugänglich machen Ziel 01.

### Risikoanalyse für Warengruppen und Lieferanten

Um kritische Lieferanten zu identifizieren und damit Ziel 02 unserer Roadmap zu erreichen, haben wir im Berichtszeitraum für den Einkauf des indirekten Materials unsere neue standardisierte Risikoanalyse „CSR-Risikocheck“ eingeführt. Dabei wird für jede vom Einkauf betreute Warengruppe je Unterwarengruppe und Herkunftsland eine Risikoeinschätzung vorgenommen. Dazu betrachten wir im Risikocheck die fünf Kriterien Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltaspekte, Korruption und Datensicherheit. Den so identifizierten Warengruppenrisiken ordnen wir unsere Hauptlieferanten (nach Umsatzmenge) zu. Zudem kategorisieren wir die Lieferanten um weitere Sourcing-Risiken. Aktuell haben wir keinen Grund zu der Annahme, dass ein Lieferant nicht nach unseren Geschäftsgrundsätzen handelt.

### Lieferantenselbstauskunft mit nachhaltigen Kriterien

Unsere Lieferantenselbstauskunft haben wir ebenfalls im Berichtszeitraum mit Blick auf nachhaltige Kriterien überarbeitet. Sie dient dazu, potenzielle Nachhaltigkeitsrisiken bei den Lieferanten für indirekte Materialien festzustellen. Anhand dieser Selbstauskunft machen die Lieferanten Angaben

zu menschenrechtsbezogenen Themen sowie zu ihren Umwelt-, Qualitäts- und Risikomanagementsystemen. Dabei werden die entsprechenden Zertifizierungen für die einzelnen Managementsysteme erfragt. Mit jeder Bestellung werden unsere Allgemeinen Einkaufs- und Dienstleistungsbedingungen (AEDs) akzeptiert.

### Regelmäßige Prüfungen

Wir führen die Lieferantenbewertung zu den Themen CSR, Prozesse, Qualität und Lieferperformance sowie Einkauf jährlich durch. Unser nach ISO 9001 zertifiziertes Qualitätssicherheitsystem unterstützt uns dabei, auf Risiken im Bereich Nachhaltigkeit und Qualität zu reagieren. Bei abweichenden Ergebnissen entwickeln wir gemeinsam einen Maßnahmenplan, um die Schwächen zu beheben.

### Externe Prüfung

Im Berichtszeitraum haben wir eine Auditierung von EcoVadis durchlaufen und dabei mit 73 Punkten zum vierten Mal eine Gold-Bewertung erhalten. Bei der Bewertung wurde auch unser nachhaltiges Beschaffungswesen mit der regelmäßigen Lieferantenbewertung hinsichtlich sozialer und ökologischer Kriterien mit eingeschlossen (> Seite 36).



Wir sorgen mit langfristigen Partnerschaften und einem neuen systematischen Prozess für mehr Nachhaltigkeit in unseren Lieferketten.



## 2.3 BESCHAFFUNG DIREKTES MATERIAL

Bei der Beschaffung unseres direkten Materials über Belron® sind die Auswahl und Bewertungsprozesse unseres Mutterkonzerns ausschlaggebend. Für die Zulassung von Lieferanten bei Belron® ist es Voraussetzung, dass diese Original Equipment Manufacturer (OEM) sind und bereits Automobilproduzenten beliefern. Da die durch uns verbauten Autoglasscheiben damit den Qualitätsstandards der Industrie entsprechen, wird das Risiko für Regelverstöße eingegrenzt. Belron® legt den Fokus bei der Lieferantenbewertung auf folgende Aspekte:

- Lieferfähigkeit
- Risikomanagement
- potenzielle Reputationsschäden
- konzerneigene CSR-Standards

Belron® nutzt elektronische Selbstauskünfte, Online-Assessments spezialisierter Dienstleister sowie Vor-Ort-Audits für die Bewertung von Lieferanten. Entspricht die Bewertung den Mindestanforderungen des Einkaufs, verpflichten sich die Lieferanten bei Vertragsabschluss nicht nur zu

den Allgemeinen Einkaufs- und Dienstleistungsbedingungen und dem Supplier Code of Conduct von Belron®, sondern gegebenenfalls auch zu der Erstellung eines Entwicklungsplans mit Optimierungsmaßnahmen, dessen Einhaltung nachverfolgt wird. So stellen wir sicher, dass in der Lieferkette ebenfalls kontinuierlich nach Verbesserung gestrebt wird.

### Emissionen sparen mit weniger Retouren

Wir streben an, alle Prozesse rund um die Lieferung von neuen Scheiben – von der Bestellung bis zur Auslieferung – so zu verbessern, dass wir weniger Scheiben zurückschicken müssen. Damit können wir Emissionen sowie Kosten einsparen und gleichzeitig die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden erhöhen (> Seite 82). Dazu wollen wir den Anteil der über Belron® bezogenen Glasscheiben erhöhen. Diese Scheiben werden uns aus dem europäischen Hauptlager von Belron® im belgischen Bilzen geliefert, in dem nachhaltige Prozesse eine große Rolle spielen (> Seite 18/19).



## 2.4 MANAGEMENTANSATZ KUNDENSERVICE

Von der Werbung über den Erstkontakt, die Auftragsannahme und die Bearbeitung bis hin zum Auftragsabschluss – wer zu Carglass® geht, soll erstklassigen Service erleben. Dementsprechend sorgen wir dafür, dass die einzelnen Prozesse so angenehm und kundenorientiert wie möglich gestaltet sind.

Zu diesem Zweck erhalten alle Carglass®-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter mit Kundenkontakt – von der Kundenberaterin bis zum Service-Monteur – regelmäßig Schulungen in den Bereichen Technik und Sicherheit sowie im Umgang mit neuen Werkzeugen.

Zuständig für unseren Kundenservice sind der Sales-Bereich für unsere B2B- und das Customer Contact Center für unsere B2C-Kundinnen und -Kunden sowie die operative Service-Struktur mit den Service-Centern. CSR-Beauftragte aus diesen Abteilungen sind Mitglieder des CSR-Steuerkreises. Sie sensibilisieren ihre Kolleginnen und Kollegen der Fachbereiche laufend für Nachhaltigkeitsthemen.

### Zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem

Zur Umsetzung unseres Ansatzes und unserer Ziele sind unsere gesamten Standorte im Rahmen einer Verbundzertifizierung nach den Qualitätsmanagementnormen ISO 9001 sowie ISO 14001 zertifiziert. Zudem arbeiten wir nach entsprechen-

den Richtlinien und Arbeitsanweisungen in den Bereichen Einkauf, Logistik und Operations. Diese decken sowohl die gesetzlichen Anforderungen – etwa sicherheitsbedingte Grenzen der Reparatur (gemäß §§19 ff. StVZO) – als auch Qualität und Sicherheit ab. Ein Beispiel dafür ist unser gruppenweit standardisierter Reparaturprozess. So können wir eine gleichbleibend zuverlässige Leistung gegenüber unseren Kundinnen und Kunden anbieten.

### Kundensicherheit und hohe Servicequalität

Um höchste Servicequalität und Sicherheit zu gewährleisten, setzen wir auf die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit allen neuen Fachkräften in unserem Unternehmen führen wir in den ersten sechs Wochen ein intensives Basistraining zum Kerngeschäft im eigens dafür eingerichteten Trainingscenter in Siegen durch. Den Wissensstand überprüfen wir in technischen Assessments, damit wir in der täglichen Arbeit höchste Servicequalität sicherstellen können (> ab Seite 62).

Im Berichtszeitraum wurden uns weder Vorfälle in Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen noch bezüglich unserer Produkt- und Dienstleistungsinformationen oder der Kennzeichnung unserer Produkte und Services bekannt.

### EINKAUFSVOLUMEN DIREKTES MATERIAL

MATERIAL	Menge (in %) 2019	Menge (in %) 2020	Menge (in %) 2021
Glasscheiben	84,84	82,3	82,39
Zubehör (Leisten, Klammern etc.)	9,51	11,1	11,29
Carglass® Shop-Artikel	3,99	4,66	4,34
Reparaturharz	0,8	0,9	1,01
Verbrauchsartikel für die Werkstatt	0,75	0,87	0,88
Sonstiges direktes Material	0,11	0,17	0,09
<b>Gesamt in Mio. €</b>	<b>63,1</b>	<b>46,4</b>	<b>50,3</b>

## European Technology Center in München eingerichtet

Frontkameras in Windschutzscheiben, die Fahrerassistenzsysteme mit Informationen füttern, verbreiten sich zunehmend. Damit geht eine verpflichtende Kalibrierung nach dem Austausch der Scheibe einher. So hat sich die Komplexität unserer Services stark erhöht. Mit der Einrichtung eines Kompetenz-Centers Kalibrierung 2019 in München nehmen wir hier eine Vorreiterrolle in Deutschland ein. Es hat sich unter dem Titel European Technology Center seither zu einem von weltweit zwei Forschungs- und Entwicklungsstandorten innerhalb der Belron®-Gruppe entwickelt, dessen Kompetenz international unter Kundinnen und Kunden, Technologiepartnern sowie Kolleginnen und Kollegen hochgeschätzt wird.

## Im Austausch mit Kundinnen und Kunden bleiben

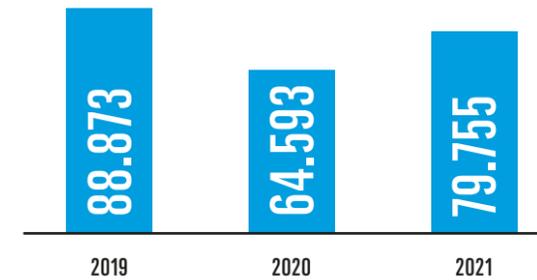
Um die Wünsche und Ansprüche unserer Kundinnen und Kunden bestmöglich zu erfüllen, führen wir Kundenbefragungen durch. Diese geben uns Aufschluss darüber, wo wir ihren Bedürfnissen gerecht werden und wo wir uns weiter verbessern können. Unsere standardisierte Kundenumfrage liefert uns regelmäßig aufschlussreiche Daten über unsere versicherten und unversicherten Privatkundinnen und -kunden sowie über Großkunden aus Leasing, Flotte und Autovermietung (LFR). Unsere wesentliche Steuerungsgröße ist der Net Promoter Score (NPS). Der NPS beschreibt die Wahrscheinlichkeit, dass Kundinnen und Kunden unseren Service weiterempfehlen würden.

Die Weiterempfehlungsrate für unsere Services liegt bei über 86 Prozent – ein hoher Wert, der Ansporn und Bestätigung ist für unsere Arbeit. Dennoch haben wir unser Ziel 05, bis 2021 einen NPS von 89 Prozent zu erreichen, knapp verfehlt. Der Rückgang ist nach eigener Erhebung in der reduzierten Terminverfügbarkeit während der Pandemie begründet.

## Weiterempfehlungsrate (NPS) im zeitlichen Verlauf



## Anzahl befragter Kundinnen und Kunden im Jahresvergleich



## Vielfach prämiert und ausgezeichnet

Neben dem NPS bestätigen uns zahlreiche externe Einschätzungen den Erfolg unserer Aktivitäten in Sachen Kundenorientierung. So konnten wir uns im Berichtszeitraum über die folgenden Auszeichnungen freuen:

- 2020 und 2021 erneut „Service-Champion“ und damit Branchensieger sowie branchenübergreifend unter den Top Ten der kundenfreundlichsten Unternehmen in Deutschland im Ranking der Tageszeitung „Die Welt“ in Zusammenarbeit mit der Goethe-Universität Frankfurt am Main.
- „Sehr gut“ in Bezug auf „Kundenzufriedenheit im Service“ nach einer Bewertung des TÜV Süd sowie erneute Auszeichnung als „Super-Brand“, das heißt als eine der stärksten Marken Deutschlands.
- Zum siebten Mal in Folge „Servicestarker Schadedienstleister“ nach Einschätzung von hnw consulting.



## MEHR SERVICE MIT VERTRETUNGEN IN ÜBER 30 ATU-FILIALEN

Im Juni 2021 hat Carglass® das Fahrzeugglasgeschäft von ATU übernommen und zugleich eine Partnerschaft mit dem Serviceanbieter vereinbart. Im Rahmen der Zusammenarbeit wurden in 30 ATU-Filialen Werkstattarbeitsplätze eingerichtet, an denen wir Autoscheiben reparieren, austauschen und die Fahrerassistenzsysteme nach einem Austausch der Windschutzscheibe kalibrieren können. So ist es Kundinnen und Kunden beispielsweise möglich, eine Inspektion und Steinschlagreparatur bequem miteinander zu verknüpfen und gleichzeitig von einer kürzeren Anfahrt zu einem unserer Standorte zu profitieren. Ein weiterer Mehrwert: Wir überprüfen für unsere Kunden, ob am Auto ein Servicebedarf besteht, und empfehlen gegebenenfalls unseren Partner ATU.





„Ich bin seit anderthalb Jahren bei Carglass® – und das sehr gerne! Das Team ist super. Und man merkt, die achten auf uns – um das Einsetzen der Scheiben zu erleichtern, gibt es ergonomische Tragehilfen. Weil wir als Monteure unsere Schichten tauschen können, ermöglicht Carglass® es mir, Beruf und Privatleben gut zu vereinbaren.“



**Stefani Herder**

Service-Monteurin Fahrzeugglas, Düsseldorf

# 3. MENSCH

**Wir glauben, dass Menschen, die Spaß an ihrer Arbeit haben, ihren Job mit echter Hingabe machen und andere begeistern. Wir suchen daher Leute, die anpacken und mit ihrem Herzen bei der Sache sind. Unsere gemeinsame Leidenschaft für das, was wir tun, ist der Schlüssel zum Erfolg.**

**Daher geben wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das nötige Handwerkszeug für ihre täglichen Aufgaben und die persönliche Entwicklung. Wir bieten ein sicheres, gesundes und motivierendes Arbeitsumfeld, das diskriminierungsfrei ist, mit gleichen Chancen für alle. Jede und jeder kann bei Carglass® eine eigene Erfolgsstory schreiben.**

## 3.1 MANAGEMENTANSATZ

Unsere Grundsätze sind geprägt durch unseren Purpose, mit echter Hingabe den Unterschied zu machen. Das wollen wir auch mit Blick auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tun. Ihr Wohlbefinden und ihre Entwicklung bilden die zwei Säulen unserer Führungsphilosophie „Care & Growth“. Zugleich verstehen wir den Faktor „Mensch“ als eins von vier zentralen Handlungsfeldern unserer CSR-Strategie, in deren Rahmen wir uns mit unserer CSR-Roadmap folgende Schwerpunkte gesetzt haben: Arbeitssicherheit, Weiterbildung, die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf, eine faire Vergütung und Entgeltgleichheit sowie die feste Verankerung der Unternehmenswerte in der Belegschaft durch unseren Verhaltenskodex. Unsere Aktivitäten tragen zu diesen Schwerpunkten positiv bei.

Bettina Behncken ist als People Director die Personalverantwortliche bei Carglass®. Sie ist Mitglied der Geschäftsleitung. Die CSR-Beauftragte der People-Abteilung koordiniert die Aktivitäten im Handlungsfeld Mensch. Diese bespricht sie als Mitglied im CSR-Steuerkreis und im CSR-Board mit der Geschäftsleitung. Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt durch die Abteilungen HR Business Partner, Grundsatzfragen und kollektives Arbeitsrecht, Compensation & Benefits, Aus- und Weiterbildung im Direktionsbereich People sowie die Abteilung Arbeitssicherheit im Direktionsbereich Service Delivery, die für das Serviceerlebnis bei Carglass® von der Terminvereinbarung mit dem Customer Contact Center bis zur Umsetzung der Arbeit am Fahrzeug in unseren Service-Centern zuständig ist.

### Richtlinien und Standards

Unser für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gültiger Verhaltenskodex beschreibt, wie wir im Alltag die richtigen Entscheidungen treffen (> Seite 38) und miteinander umgehen wollen: partnerschaftlich, motiviert, fürsorglich, authentisch und bescheiden. Die gesamte Belegschaft soll jährlich ein E-Learning über seine Inhalte absolvieren, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter direkt nach ihrem Start (> siehe Ziel 06, Seite 31).

Im Berichtszeitraum haben wir zudem eine People Policy veröffentlicht. Diese gibt einen Überblick über geltende Richtlinien und Standards im Bereich unseres Personalmanagements. Sie beschreibt die Ansätze, denen wir in Bezug auf die Themenfelder „Arbeitsbedingungen“, „Mitarbeitergesundheit und -sicherheit“, „Sozialer Dialog“, „Karrieremanagement und Training“ sowie „Diversität und Diskriminierung“ folgen und mit welchen Strukturen und Prozessen wir sie umsetzen.



**Betriebsvereinbarungen**

Carglass® ist keinem Tarifvertrag angeschlossen. Es existieren jedoch mit dem Betriebsrat ausgehandelte Betriebsvereinbarungen, etwa zu flexiblen Arbeits- und Auszeiten (> Seite 75) oder zu verschiedenen Themen des betrieblichen Gesundheitsmanagements (> Seite 69).

**Dialog mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern**

Wir pflegen den kontinuierlichen Austausch mit allen unseren Stakeholdern (> mehr Informationen im Kapitel Nachhaltige Unternehmensführung ab Seite 26). Vor allem aber suchen wir den regelmäßigen Dialog mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Nur so können wir uns weiter verbessern und gemeinsam die Zukunft des Unternehmens gestalten. Für eine Kommunikation über alle Ebenen hinweg haben wir verschiedene Kanäle aufgesetzt:

- **Betriebsrat:** Wir arbeiten vertrauensvoll mit der Arbeitnehmervertretung zusammen und fördern das Recht auf Teilnahme im Betriebsrat. Dieser setzt sich aktuell aus 19 Mitgliedern, davon 5 freigestellt, zusammen. Ein Mitglied ist Schwerbehindertenverteter. Einmal im Quartal besprechen Geschäftsführung, People-Direktorin und BR aktuelle Themen. Zudem tauscht sich der BR wöchentlich mit dem Service Delivery Director über mögliche Interessenkonflikte aus. Ebenfalls einmal pro Woche treffen sich der BR und der Bereich Grundsatzfragen und kollektives Arbeitsrecht. Letzterer stellt die direkte Schnittstelle des BR mit dem Arbeitgeber Carglass® dar. Über den Betriebsrat können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Arbeitsbedingungen mitgestalten.

- **Umfragen:** Seit 2021 befragen wir zwei Mal im Jahr und weltweit einheitlich alle Angestellten in Voll-/Teilzeit sowie Auszubildende, Aushilfen und Werkstudenten, die mindestens seit einem Monat im Unternehmen sind, freiwillig und anonym zu ihrer Zufriedenheit mit der Arbeit bei Carglass® und ihrer Verbundenheit zu unserem Unternehmen. Konzeptionell gesteuert durch die Abteilung Aus- und Weiterbildung, auch Carglass®-Academy genannt, leiten Geschäftsleitung und alle Führungskräfte vom Senior-Management bis einschließlich Filialebene im Dialog mit ihren Teams konkrete Verbesserungsmaßnahmen aus den Ergebnissen ab und setzen sie um. Ziel ist, das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dauerhaft zu erhöhen – ausgedrückt durch den Engagement-Index bei gleichzeitig hoher Teilnahmequote. Der Engagement-Index aggregiert dabei drei individuelle Selbsteinschätzungen der Befragten: zum Gefühl persönlichen Erfolgs durch die Arbeit, zum Stolz auf den Arbeitgeber sowie zur eigenen Leistungsbereitschaft. 2021 lag der Index bei 71 Prozent.

- **Events und weitere Kommunikation:** Über unsere internen Veranstaltungen und weitere Kommunikationskanäle bieten wir Plattformen zum Dialog. So können alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge für Prozessabläufe, technische Ausstattung oder Produktideen unkompliziert einbringen, am betrieblichen Leben teilnehmen und die Unternehmenskultur erleben und mitprägen.



## 3.2 ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

Um engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden und neue für uns zu begeistern, schaffen wir attraktive Rahmenbedingungen. Ob uns das gelingt, zeigt unter anderem die Dauer der Betriebszugehörigkeit. Nach dieser Kennzahl sowie der Fluktuationsrate und Gesamtzahl unserer Beschäftigten messen, planen und steuern wir in diesem Handlungsfeld. Die Daten werten wir monatlich aus. Auch die Analysen der Mitarbeiterbefragungen (> Seite 58)

fließen ein. Zudem lassen wir unsere Personalstrategie und -instrumente regelmäßig evaluieren (> Seite 71).

Die Mehrheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist unbefristet angestellt. In Hochphasen entlasten wir sie teilweise durch Zeitarbeitskräfte. Wir streben an, all jene davon zu übernehmen, die länger im Einsatz sind, dabei gute Leistungen bringen und aktiv unsere Unternehmenskultur leben.

**ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN IN VOLL- UND TEILZEIT**

	2019	2020	2021
VOLLZEIT	♀ 187 ♂ 1.500	♀ 196 ♂ 1.494	♀ 201 ♂ 1.538
TEILZEIT	♀ 164 ♂ 93	♀ 155 ♂ 94	♀ 149 ♂ 115
<b>GESAMT</b>	<b>1.944</b>	<b>1.939</b>	<b>2.003</b>

**ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN NACH GESCHLECHT**

FRAUEN	351	351	350
MÄNNER	1.593	1.588	1.653

Anzahl der Beschäftigten divers wird erhoben, liegt aber bei Null und ist daher nicht aufgeführt. Anzahl der Beschäftigten versteht sich ohne Aushilfskräfte und Beschäftigte mit Minijob.



*Wir suchen den regelmäßigen Dialog mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.*

Wir bezahlen fair – und bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Flexibilität, Berufs- und Privatleben vereinbaren zu können. Mehr Informationen zu unseren Gehältern und der Work-Life-Balance (> Seite 75).

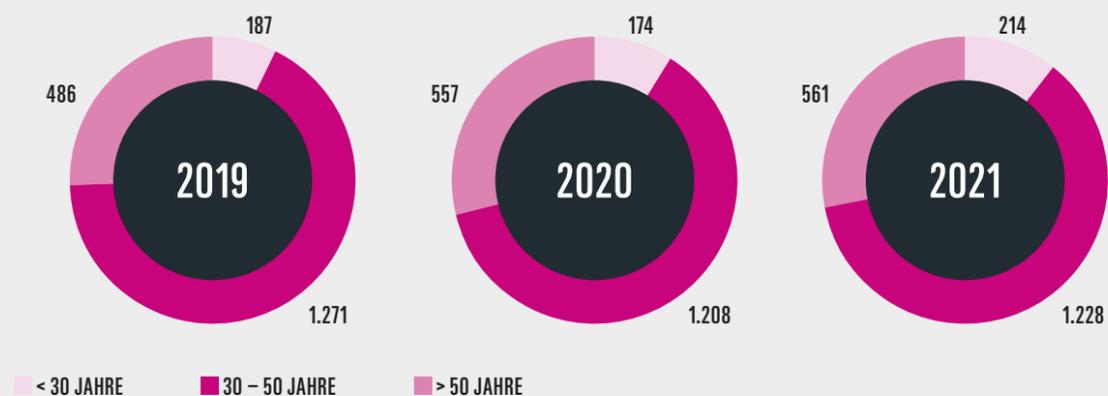
Über betriebliche Veränderungen informieren wir rechtzeitig. Relevante Mindeststandards und gesetzliche Anforderungen werden selbstverständlich eingehalten.

ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN MIT BEFRISTETEN UND UNBEFRISTETEN ARBEITSVERTRÄGEN

	2019	2020	2021
UNBEFRISTET	♀ 342 ♂ 1.580	♀ 344 ♂ 1.570	♀ 338 ♂ 1.620
BEFRISTET	♀ 9 ♂ 13	♀ 7 ♂ 18	♀ 12 ♂ 33
<b>GESAMT</b>	<b>1.944</b>	<b>1.939</b>	<b>2.003</b>

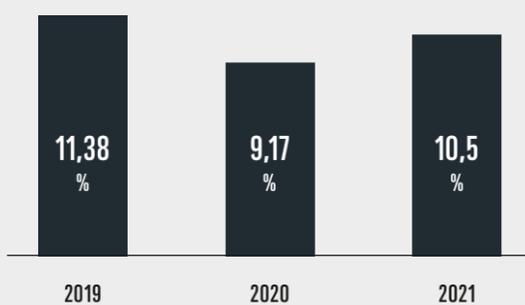
Anzahl der Beschäftigten divers wird erhoben, liegt aber bei Null und ist daher nicht aufgeführt. Anzahl der Beschäftigten versteht sich ohne Aushilfskräfte und Beschäftigte mit Minijob.

ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN NACH ALTERSGRUPPE

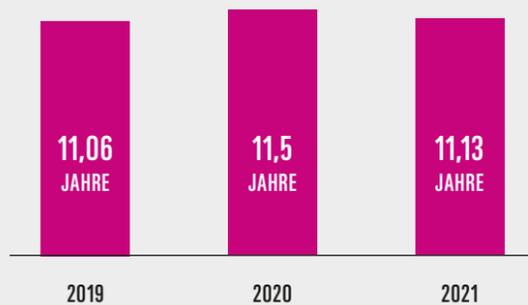


Anzahl der Beschäftigten versteht sich ohne Aushilfskräfte und Beschäftigte mit Minijob.

FLUKTUATIONSRATE



DURCHSCHNITTLICHE BESCHÄFTIGUNGSDAUER



# WIR SIND FÜREINANDER DA

Eine unserer Stärken ist das Wir-Gefühl im Team. Wir stehen füreinander ein und sind füreinander da – ein Zusammenhalt, den wir auch auf unsere Kultur zurückführen. Diese Solidarität zeigt sich unter anderem in unserem 2009 eingerichteten Notfallfonds. Dieser ist von der Belegschaft für die Belegschaft und kommt über Spenden von Gehaltsnachkommastellen plus weitere Spenden zustande. Das Geld ist als finanzielle Hilfe für Kolleginnen und Kollegen sowie deren Familien in Notlagen gedacht, die sie nicht selbst verschuldet haben. Aktuell unterstützen 83 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diesen Fonds.

Und wir wissen, wie schnell man in Not geraten kann. Als die Hochwasserkatastrophe 2021 in Deutschland vor allem in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen ihre Spuren hinterließ, waren neben vier unserer Service-Center auch 39 unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter direkt betroffen, 12 davon schwer. Hier war die Anteilnahme und die Spendenbereitschaft der Kolleginnen und Kollegen sowie anderer Carglass®-Landesgesellschaften groß. Im Ergebnis konnten aus dem Notfallfonds und aus den Spendeneinnahmen über 18.000 Euro an die 12 schwer betroffenen Personen ausgezahlt werden. Als Arbeitgeber boten wir allen Betroffenen zusätzlich Sonderurlaub an. 37 von ihnen nahmen insgesamt 101,5 Sonderurlaubstage in Anspruch.

Über die Carglass®-Grenzen hinweg starteten außerdem viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zahlreiche Hilfsinitiativen, um die betroffenen Menschen in den Regionen zu unterstützen, etwa mit Sachspenden, mit Hilfstransporten in Carglass®-Monteurfahrzeugen sowie der Vernetzung über eine Facebook-Hilfsgruppe als Börse für Ersatzunterkünfte und mehr. Insgesamt wurden von Carglass® über 5.000 Arbeitshandschuhe, 100 Paar Gummistiefel, 1.000 Putzlappen, Schau-



fen und weitere Utensilien zur Verfügung gestellt. Mit unserer Stiftung GIVING BACK haben wir in den betroffenen Regionen vor allem Kitas sowie weitere Kinder- und Jugendeinrichtungen unterstützt und spendeten insgesamt 17.000 Euro. Weitere Informationen zu unserem gesellschaftlichen Engagement gibt es im gleichnamigen Kapitel ab Seite 92.

## EXTERNE BEWERTUNGEN

Anfang 2022 wurden wir für das Jahr 2021 zum neunten Mal in Folge vom „Top Employers Institute“ als einer von 116 Top-Arbeitgebern in Deutschland zertifiziert. Das Institut bewertet jährlich weltweit knapp 2.000 Unternehmen in sämtlichen Schlüsselbereichen des Personalwesens. Dabei werden Strategie, die entsprechenden Strukturen und die Prozesse zur bedürfnisorientierten Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betrachtet. Carglass® erzielte besonders gute Ergebnisse in den Bereichen Engagement, Change-Management, Employer-Branding sowie Ethik und Integrität.

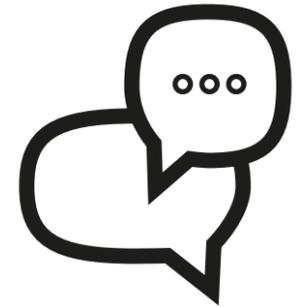
Wir wurden zudem in der gemeinsamen Untersuchung des Magazins „Stern“ mit Statista für den Berichtszeitraum unter die besten 650 Arbeitgeber gewählt. Die Analyse basiert auf Bewertungen von 50.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zu 2.600 Arbeitgebern aus 24 Branchen. Die Befragten gaben dabei Feedback zu sieben Untersuchungsbereichen, wie Image und Wachstum oder Weiterentwicklung und Perspektiven. Die bewerteten Firmen konnten sich nicht selbst für die Untersuchung bewerben.

**ETHIK UND INTEGRITÄT**  
**ENGAGEMENT**  
**EMPLOYER-BRANDING**  
**CHANGE-MANAGEMENT**



## 3.3 AUSBILDUNG UND WEITERENTWICKLUNG

Für die Zukunft unseres Unternehmens und um weiterhin unseren Kundinnen und Kunden den Service bieten zu können, den sie von uns gewöhnt sind (> Seite 52), ist für uns die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter essenziell. Wir wollen sie bei ihrer individuellen Entwicklung unterstützen und dafür sorgen, dass wir mit ihnen gemeinsam gute Ideen sowie Know-how vorantreiben.



Unser Roadmap-Ziel 02, bis Ende 2022 sicherzustellen, dass Weiterbildungen bedarfsgerecht angeboten werden und 75 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jährlich an mindestens einem Seminar oder einer technischen Schulung teilnehmen, befindet sich zum Ende des Berichtszeitraums weiter in Umsetzung (> Seite 30). Mit der Implementierung eines neuen HR-Managementsystems haben wir die Voraussetzungen geschaffen, die individuellen Fähigkeiten aller Fachkräfte besser dokumentieren und monitoren zu können. So sind wir jetzt in der Lage, Schulungsbedarfe systematisch zu erfassen. Mit der Einführung neuer Kalibrierungswerkzeuge in unseren Service-Centern sowie der Umstellung auf einen neuen Klebstoff zur Windschutzscheibenmontage 2022 werden wir das Ziel voraussichtlich erreichen. Für beide Maßnahmen ist eine Schulung unserer Monteurinnen und Monteure erforderlich und geplant.

2020 konnten wir trotz der pandemischen Lage 91 Präsenz- und Digitalveranstaltungen in der Aus- und Weiterbildung durchführen, an denen 761 Personen teilnahmen. 30 verschiedene Online-Kurse wurden 4.416-mal abgeschlossen. Das technische Basistraining für unser operatives Personal haben wir 2020 elf Mal durchgeführt, es nahmen 75 Personen teil. Zudem wurden 729 Schulungen, unter anderem für Monteurinnen und Monteure, durchgeführt. 2020 wurden somit insgesamt 861 Aus- und Weiterbildungen in Höhe von 14.911 Stunden geleistet.

2021 haben wir 191 Bildungsmaßnahmen in Präsenz und digital veranstaltet, an denen 1.086 Personen teilnahmen. 5.223-mal wurde einer von 29 Online-Kursen abgeschlossen. In 30 Basistrainings haben wir 236 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschult. Außerdem wurden 1.244 weitere Schulungen, beispielsweise für Monteurinnen und Monteure, angeboten. 2021 beliefen sich somit die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen auf 1.494 Maßnahmen und damit auf 22.065 Stunden.

ANZAHL DER WEITERBILDUNGSSTUNDEN UND -MAßNAHMEN		
<b>857</b> MAßNAHMEN	<b>861</b> MAßNAHMEN	<b>1.494</b> MAßNAHMEN
<b>22.503</b> STUNDEN	<b>14.911</b> STUNDEN	<b>22.065</b> STUNDEN
2019	2020	2021

Folgende Prozesse nutzen wir für unsere Aktivitäten in diesem Handlungsfeld:

- Regelmäßige Performance- und Entwicklungsgespräche (> Seite 65). Sie sind für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Ausnahme der Service-Monteurinnen und -Monteure verpflichtend.
- Das Kompetenzmanagement für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der operativen Servicestruktur berücksichtigt Rollen sowie Funktionen bei der Weiterentwicklung und ermöglicht gezielte Maßnahmen.
- Über unser Talentmanagement fördern wir gezielt Nachwuchs für Fach- und Führungspositionen, messbar durch die Beförderungs-/Besetzungsquote in unserer Nachfolgeplanung. Dazu werden seit 2020 jährlich Talent-Konferenzen durch die

Führungskräfte-Teams und die Geschäftsleitung durchgeführt und so die Entwicklung der Potenzialträger nachverfolgt.

- Im Bereich Aus- und Weiterbildung, der Carglass®-Academy (> Seite 66), entwickeln wir passende Angebote mit Seminaren und E-Learnings. Die Beschäftigten können je nach Förderbedarf oder Entwicklungspotenzial aus spezifischen Trainingsinhalten wählen, etwa für jene, die sich langfristig in Führungs- oder Fachpositionen entwickeln wollen.
- Unseren Nachwuchs bilden wir selbst aus. Junge Akademiker und Akademikerinnen können bei uns über duale Studiengänge und als studentische Aushilfen erste Berufserfahrungen sammeln.

Einige dieser Maßnahmen sowie weitere Aktivitäten im Berichtszeitraum werden im Folgenden vorgestellt.



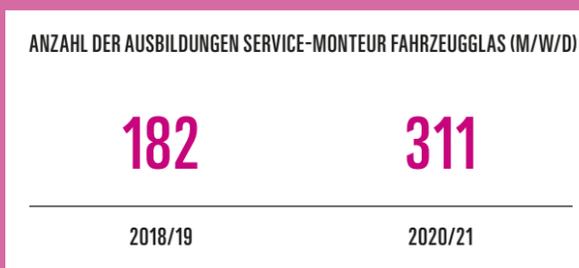
Wir achten auf eine erfolgreiche, individuelle Weiterentwicklung.



## AUSBILDUNG BEI CARGLASS®: QUALIFIZIERUNG ALS AUTOGLASER

Der Beruf des sogenannten Autoglasers ist kein anerkannter Ausbildungsberuf. Um die notwendigen Kenntnisse und Standards zu vermitteln, haben wir eine eigene Ausbildung zum Service-Monteur Fahrzeugglas entwickelt. Diese startet, geführt durch unsere Technical Coaches, in unserem Trainingscenter in Siegen und findet dann über mehrwöchige Schulungen in Ausbildungs-Service-Centern statt. Dort geben die Standortverantwortlichen sowie unsere erfahrenen Monteurinnen und Monteure ihr Wissen weiter. In der Einarbeitungszeit unterstützen zudem unsere Technical Coaches. 2020/21 haben wir in unserem Basistraining 311 Service-Monteu-

rinnen und -Monteure ausgebildet. Zusätzlich bieten wir die Möglichkeit, dass unsere Beschäftigten für ihre Ausbildung zum Service-Monteur Fahrzeugglas eine Zertifizierung des TÜV Rheinland erhalten.



### Den eigenen Erfolg steuern: Progress Together

Im Rahmen unseres Performance-Managements „Progress Together“ (PT) werden in halbjährlichen Vereinbarungs- und Feedbackgesprächen zwischen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie ihren Führungskräften Kompetenzen und Leistungen reflektiert sowie fachliche und persönlichkeitsbezogene Jahresziele und Maßnahmen vereinbart. Diese werden in einem Entwicklungsplan festgehalten. So können sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter optimal in ihre aktuelle Rolle einbringen und sich darüber hinaus bei Bedarf auch für weiterführende Aufgaben qualifizieren. Hier knüpft die Potenzialeinschätzung an (> Seite 66), anhand derer die Eignung für einen möglichen nächsten Karriereschritt evaluiert wird.

Bei den persönlichkeitsbezogenen Zielen geben die „Winning Behaviours“ Orientierung. Dies sind prägende Verhaltensweisen von erfolgreichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit, die in einer Belron®-Studie identifiziert wurden. Die Führungskräfte unterstützen dabei im Einklang mit unserer Führungsphilosophie „Care & Growth“, nach der die erfolgreiche individuelle Weiterentwicklung von Teammitgliedern Kennzeichen guten Führungsverhaltens ist.

Die PT-Termine und -Themen werden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gemeinsam mit ihren Führungskräften verantwortet, unterstützt von den jeweiligen HR Business Partnern und dem Team der Abteilung Aus- und Weiterbildung. Sie achten auf Einheitlichkeit, Fairness und Vollständigkeit der Dokumentation. Gemeinsam mit dem Betriebsrat sichern sie die Einhaltung der Prozessregeln. Für eine bessere Orientierung im Prozess stehen PT-Leitfäden im Intranet sowie auf der Hauptseite unseres externen Talentmanagement-Softwareanbieters zur Verfügung.

Im Berichtszeitraum haben wir den dargestellten PT-Prozess neu ausgerichtet: Bisher wurden die Leistungen der Beschäftigten, auf Basis des Jahresabschlussgesprächs zwischen Führungskraft und Teammitglied, mithilfe eines sogenannten individuellen Performance-Faktors quantifiziert. Dieser war für bestimmte Mitarbeitergruppen bonus-relevant. Mit der Neuausrichtung des Progress Together werden individuelle Leistung und Bonus voneinander entkoppelt. Dies haben wir im Berichtszeitraum in der Führungsebene sowie in der Vertriebsabteilung erprobt.

Die Vergütungssteuerung erfolgt jetzt anhand zweier Vergütungselemente: Mit dem Spot-Award werden bemerkenswerte individuelle Leistungen zeitnah durch eine Prämie gewürdigt. Die Unternehmenserfolgsprämie wird von allen Berechtigten unabhängig von der individuellen Performance erreicht, wenn das Unternehmen nach Jahresfrist seine Ziele erreicht hat. Wir streben die Ausweitung dieses Modells für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2023 an.

Damit sich unsere Führungskräfte weiterentwickeln können, nutzen wir zusätzlich noch das Tool „360-Grad-Feedback/Styles & Climate“: Dies ist ein Feedbacktool, mit dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihren Vorgesetzten Rückmeldung zu verschiedenen Themen wie Führungsverhalten oder Stimmung im Team geben können.

### Talent- und Nachfolgeprozess

Im Rahmen ihres Dialogs besprechen Führungskraft und Team-Angehörige deren Potenzial und Möglichkeiten für die konkrete berufliche Weiterentwicklung. Das Talentmanagement bietet einen Rahmen, ausgewählte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit erkennbarem Potenzial gezielt zu fördern. Eine Möglichkeit für eine entsprechende Karriereentwicklung ist der Talentprozess im Rahmen des Learning-Agility-Programms. Es basiert auf einem international einheitlichen Ansatz für das Talentmanagement und die Nachfolgeplanung, den Belron® 2020 eingeführt hat. Mit diesem modernen Potenzialmodell setzen sich die Führungskräfte mit der Anpassungsfähigkeit und Lernflexibilität der Talente auseinander:

- Mental Agility (Mentale Agilität): Umgang mit Konzepten und Ideen
- People Agility (Zwischenmenschliche Agilität): Zusammenarbeit und zwischenmenschliche Beziehungen
- Change Agility (Veränderungsagilität): Ungewissheitstoleranz und Führungsqualitäten im Hinblick auf Veränderungen
- Results Agility (Ergebnisorientierung): bevorzugte Vorgehensweise für die Erledigung von Aufgaben
- Situational Self-Awareness (Selbsterkenntnis): Interesse an und Ausmaß der Selbstreflexion

### Angebote zur selbstständigen Weiterbildung

Der gesamten Belegschaft steht die Carglass®-Academy mit fachspezifischen und individuellen Entwicklungsangeboten sowie eigenen Trainerinnen und Trainern zur Verfügung. Hier können sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, im Einklang mit den im Progress Together identifizierten Weiterentwicklungspotenzialen, zu Seminaren und E-Learnings anmelden und so ihren individuellen Weiterbildungsbedarf decken.

Durch die Pandemie wurden nur zwingend notwendige Schulungen vor Ort durchgeführt. Dadurch war das Angebot eingeschränkt. Es umfasste im Berichtszeitraum Seminare für die verschiedenen Zielgruppen: von Arbeitssicherheitsunterweisung für die operative Servicestruktur über Selbst- und Zeitmanagement-Seminare für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bis zu „Wertschätzendes Feedbackgeben für Filialgebietsleiter“ für Führungskräfte oder Beschwerde-Workshops für den operativen Bereich.

## 3.4 ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Die Sicherheit, Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Belegschaft zu wahren und zu fördern, ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und Unternehmensziele. Denn nur mit gesunden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können wir produktiv und erfolgreich sein.

Wir wollen ihre proaktive Einstellung zu Sicherheit und Gesundheit unterstützen und sicherstellen, dass wir in Übereinstimmung mit den geltenden Gesundheits- und Sicherheitsgesetzen, -vorschriften, Unternehmensstandards und bewährten Verfahren arbeiten. Dafür haben wir zwei Managementsysteme etabliert: das Arbeitsschutzmanagement und das betriebliche Gesundheitsmanagement. Diese und die damit zusammenhängenden Maßnahmen und Aktivitäten im Berichtszeitraum werden im Folgenden vorgestellt.

### Unser Arbeitsschutzmanagement

Die Basis zur Vermeidung von Arbeitsunfällen ist unser integriertes Managementsystem, das über das Arbeitsschutzmanagementsystem der Berufsgenossenschaft zertifiziert ist und regelmäßig rezertifiziert wird (> Seite 70). Es bündelt Arbeitssicherheit, Qualitätsmanagement, Umweltmanagement und Gesundheitsschutz.

So können wir Arbeits- und Wegeunfälle systematisch erfassen und analysieren, um Erkenntnisse zu Unfallschwerpunkten zu gewinnen und daraus Ziele und Maßnahmen abzuleiten. Zusätzlich wird eine Root-Cause-Unfallanalyse für ungewöhnliche Unfälle durchgeführt. Kern des betrieblichen Arbeitsschutzes sind unsere Gefährdungsbeurteilungen, die in einer entsprechenden Verfahrensweisung geregelt sind.



### ARBEITSUNFÄLLE

63	63	65
2019	2020	2021

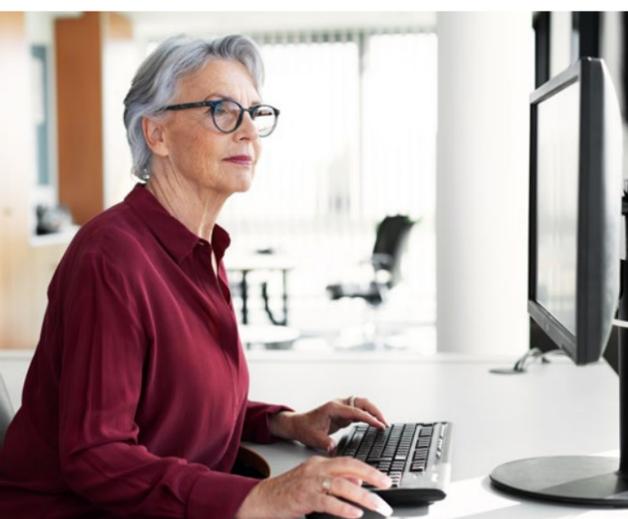
### UNFALLSCHWERE-RATE\*

11,9	17,0	13,4
2019	2020	2021

\* Unfallschwere-Rate: Verhältnis der gesamten unfallbedingten Ausfalltage zur Anzahl an Personenschäden mit Arbeitszeitausfall

### DOKUMENTIERBARE ARBEITSBEDINGTE VERLETZUNGEN

48	57	55
2019	2020	2021



Im engen Austausch mit anderen Abteilungen wie Technik, Qualitätsmanagement und People verantwortet unsere Abteilung Arbeitssicherheit den Schutz aller Beschäftigten bei Carglass®. Der verantwortliche Manager teilt monatlich die aktuellen Zahlen mit der Geschäftsleitung und berät diese zu weiteren Schritten. Zudem konferiert vierteljährlich ein Arbeitsschutzausschuss, dem Personen aus den Fachbereichen, dem Betriebsrat, der Geschäftsleitung sowie der Betriebsarzt angehören.

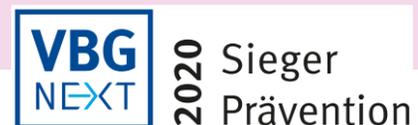
Auch wertet die Abteilung monatlich Arbeitsunfälle in Bezug auf Art, Meldepflicht sowie Grund und Zahl der Ausfalltage aus und meldet die Ergebnisse an die Geschäftsleitung und unseren Mutterkonzern Belron®.

Um die Zahl der Arbeitsunfälle auf das Idealbild null zu reduzieren, steigern wir kommunikativ die Wahrnehmung des Themas Sicherheit und vernetzen die Arbeitssicherheit stärker mit anderen Bereichen. So werden regelmäßige Quartalsgespräche mit den betreffenden regionalen Führungskräften geführt, um zu dortigen Arbeitsunfällen Maßnahmen und Ziele zu deren Reduzierung abzuleiten, die auch an die Geschäftsleitung kommuniziert werden.

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter erhält eine ausführliche Sicherheitsunterweisung im Rahmen unseres Basistrainings in Siegen (> Seite 64), eine Ausbildung zum Brandschutzhelfer in Theorie und Praxis sowie das Belron®-eigene Sicherheitsprogramm S-T-O-P. Operative Mitarbeiter erhalten die jährliche Sicherheitsunterweisung am Anfang des Jahres durch die zuständige Leitung Service-Center. Alle weiteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nehmen an einem jährlichen E-Learning zum Thema Arbeitssicherheit teil.

### Schwachstellen frühzeitig erkennen

Wir haben im Berichtszeitraum ein digitales Meldesystem für Beinaheunfälle eingeführt, um Schwachstellen am Arbeitsplatz frühzeitig zu erkennen und Präventivmaßnahmen einzuleiten. Damit haben wir Ziel 01 unserer Roadmap 2025 erfüllt. Das Vorhaben wurde von der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) mit dem Präventionspreis 2020 ausgezeichnet.



In Notsituationen (z. B. Pandemien) stellen wir sicher, dass geeignete Konzepte erarbeitet und umgesetzt werden, um unsere Mitarbeiterinnen sowie Mitarbeiter bestmöglich zu schützen und die Risikofaktoren zu minimieren. Hinsichtlich der Arbeitssicherheit werden unsere Service-Center regelmäßig auditiert – intern durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit und den Betriebsarzt sowie extern durch die Berufsgenossenschaft, den TÜV Rheinland und unseren Mutterkonzern Belron® (> Seite 70).

Das digitale Meldesystem für Beinaheunfälle vervollständigt unsere Gefährdungsbeurteilungen: Diese führen wir regelmäßig für die Hauptverwaltung, Service-Center und das Customer Contact Center (CCC) durch. So können wir Gefahren, denen die Beschäftigten im Rahmen ihrer Tätigkeiten ausgesetzt sind, systematisch ermitteln und bewerten. Entsprechende Gegenmaßnahmen werden abgeleitet, umgesetzt und später auf ihre Wirksamkeit überprüft.



*Wir tun alles, um das Risiko von Unfällen auf null zu senken.*



Alle unsere Standorte verfügen über Ersthelfer und Brandschutzhelfer. Die gesamte Belegschaft erhält Schulungen im Arbeits-, Gesundheits- sowie Brandschutz. Monteuren und Monteurinnen durchlaufen jährlich ein Sicherheitsprogramm. Zudem stehen insgesamt 20 Sicherheitsbeauftragte in der operativen Struktur, der Hauptverwaltung und im CCC zur Verfügung.

Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die viel mit dem Auto unterwegs sind, besteht im Sinne der Unfallprävention in Absprache mit den Vorgesetzten die Möglichkeit, Fahrsicherheitstrainings zu absolvieren. 2021 haben 30 Beschäftigte dies in Anspruch genommen. Bei der Übernahme eines Firmenwagens werden die Fahrerinnen und Fahrer über die Einhaltung eines angemessenen Fahrstils unterrichtet.

Alle Informationen zum Arbeitsschutzmanagement, Betriebsanweisungen, Sicherheitsdatenblätter sowie ein Verbandbuch stehen digital zur Verfügung.

### Unser Gesundheitsmanagement

Zur Förderung der Gesundheit gibt es seit 2013 unser betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) „Fit & Gesund“, für das im Bereich People eine Stelle geschaffen wurde. Ein wichtiger Fokus liegt hier neben dem präventiv konzipierten BGM auf dem betrieblichen Eingliederungsmanagement (BEM).

Dazu haben wir entsprechend unserem Roadmap-Ziel 04 im Berichtszeitraum zusätzlich zu unserem seit 2018 bestehenden betrieblichen Eingliederungsmanagement einen Leitfaden für Gespräche etabliert, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach längeren krankheitsbedingten Ausfällen, Phasen mit gesundheitlichen Einschränkungen oder chronischen Erkrankungen bei der Rückkehr an ihren Arbeitsplatz zu begleiten. Ebenso wurden die notwendigen Schulungen für die Führungskräfte, die diese Gespräche führen, erstellt und durchgeführt.

### Prävention im Rahmen des Gesundheitsschutzes

Um die körperliche Belastung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Service-Centern durch das Heben und Tragen von Scheiben zu reduzieren, hat unsere Technikabteilung in Zusammenarbeit mit Belron® verschiedene Hilfsmittel eingeführt, mit denen ergonomisches Arbeiten unterstützt wird.

Die Temperaturen in unseren Service-Centern können in den Sommermonaten zu einer Belastung werden. Nach Durchführung einer Gefährdungsanalyse haben wir daher eine kurze Arbeitshose eingeführt. Leider ist die Installation von Klimaanlage nicht an allen Standorten möglich, um die Hitze darüber hinaus erträglicher zu machen. Daher haben wir 2021 in ausgesuchten Service-Centern mit dem Test von mobilen Verdunstungskühlern begonnen. Die Rückmeldungen waren positiv, die Messwerte noch nicht ausreichend. Die Tests werden fortgeführt.

## 3.5 DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT

Bei der täglichen Arbeit mit Chemikalien am Fahrzeug ist die Haut auch mit Schutzhandschuhen unter ständiger Belastung. Zur Reduzierung der Hautbelastungen und Förderung der Handhygiene wurden 2021 mit Unterstützung des Betriebsarztes neue Hautschutzprodukte für die tägliche Arbeit ausgewählt und ein neuer Hautschutzplan mit optimalen Hautpflegen und Reinigungsprodukten erstellt und umgesetzt.

Besonders in den zentralen Funktionen und im CCC nehmen wir ein erhöhtes Risiko für Belastungen durch Stress wahr. Dieses Risiko wurde durch die Pandemie, als die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Homeoffice gearbeitet haben, noch erhöht. Hier haben wir über die Führungskräfte frühzeitig entsprechende Helpdesks kommuniziert. Auch gibt es einen Ansprechpartner im Rahmen unseres Employee-Assistance-Programms über die pme Familienservice GmbH (> Seite 75), den alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anonym und kostenfrei kontaktieren können.

Im Berichtszeitraum haben wir zudem unter anderem während der Pandemie die Anschaffung ergonomischer Büromöbel für das Homeoffice finanziell bezuschusst. Je nach Tätigkeit haben wir auch die technische Ausstattung zur Verfügung gestellt.

Um für die Gefahren von Drogenmissbrauch zu sensibilisieren, stellen wir zur Prävention ein Informationspaket im Intranet zur Verfügung, in dem wir Symptome erklären und Handlungsoptionen sowie Hilfsangebote nennen. Dieses wird durch die Vereinbarung für den Nichtraucherschutz, unsere Betriebsvereinbarung Sucht sowie den Kontakt zu unserem Suchtbeauftragten komplettiert.

Mit Beginn der Pandemie haben wir den Schutz unserer Angestellten in den Mittelpunkt allen Handelns, auch der Kommunikation durch die Geschäftsführung, gestellt. Wir haben relevante Informationen zur Verfügung gestellt, Führungskräfte sensibilisiert, passende Hygienekonzepte für die verschiedenen Geschäftseinheiten (Service-Center, CCC, Hauptverwaltung) eingeführt und Hilfsmittel wie Mund-Nasenschutz, Plexiglasscheiben, Desinfektionsmittel, Selbsttests und vieles mehr bereitgestellt.

Im Sommer 2021 wurde zudem ein COVID-Impfprogramm für Beschäftigte organisiert. Durch die Bereitstellung von COVID-Impfstoff konnten wir rund 500 Personen ein Impfangebot machen, was sehr gut angenommen wurde.

### Zertifizierungen und externe Bewertungen

Im Berichtszeitraum haben wir uns erneut zertifizieren und extern bewerten lassen:

- Unser wirksamer Arbeitsschutz ist durch die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) zertifiziert und 2021 rezertifiziert worden.
- Unser Qualitätsmanagement DIN EN ISO 9001 und das betriebliche Umweltmanagement DIN EN ISO 14001 wurden 2021 durch den TÜV Rheinland rezertifiziert.
- Die Sicherheitskultur in all unseren Geschäftseinheiten wurde im Auftrag von Belron® 2021 durch ERM bewertet. Uns wurden wirksame Schutzmaßnahmen und gute Sicherheitsprozesse bescheinigt.
- 2020 haben wir zum zweiten Mal den Präventionspreis „Next“ für unser Verbandsbuch Digital erhalten. Mit der digitalen Dokumentation von Erste-Hilfeleistungen gingen wir unter 108 Unternehmen in der Kategorie „Technische Produkte und Dienstleistungen für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit“ als Gesamtsieger hervor.



Vielfalt macht uns stark – und trägt zu Innovation und modernem Denken bei. Ein diskriminierungsfreier Arbeitsplatz mit gleichen Chancen ist dafür die Voraussetzung, ungeachtet der ethnischen und sozialen Herkunft, des Geschlechts, der geschlechtlichen Identität sowie der sexuellen Orientierung, der körperlichen und geistigen Fähigkeiten sowie des Glaubens. Wir engagieren uns daher für Vielfalt sowie Integration und fördern eine Kultur des Respekts und der Chancengleichheit. Wir begegnen einander mit Achtung und Respekt und vermeiden die Entstehung von Situationen, die anderen gegenüber unangebracht sein können. Wir kommunizieren stets in angemessener Weise. Im Sinne der Chancengleichheit streben wir stets an, wo immer möglich, den Anteil der Geschlechter ausgewogener zu gestalten. Des Weiteren wollen wir weiterhin Menschen mit Behinderung einstellen.

### Verhaltenskodex ist die Basis

Unsere Grundsätze gegen Diskriminierung in allen Formen und Unternehmensbereichen für eine vielfältige Belegschaft sowie den fairen Umgang mit Mitarbeitenden stehen in unserem Verhaltenskodex. Unser Bekenntnis zu Chancengleichheit und Vielfalt haben wir durch die Unterzeichnung der Charta der Vielfalt unterstrichen. Unsere People Policy (> Seite 57) beschreibt dazu unseren Ansatz und wie wir ihn umsetzen.

Im Rahmen des jährlichen E-Learnings zu unserem Verhaltenskodex (> Seite 57) lernen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anhand von Beispielen, wie sie im Fall einer Diskriminierung reagieren sollen. Zusätzlich sensibilisieren wir zum Thema Vielseitigkeit, etwa als Unterzeichner der Charta der Vielfalt im Rahmen des jährlichen Diversity-Tags, durch Teilnahme am Girls Day oder durch die Einrichtung von Integrationsarbeitsplätzen in unseren Service-Centern, etwa in Zusammenarbeit mit der Lebenshilfe München. Das Thema Diversität ist außerdem Teil unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung.

Unser Hinweisgebersystem Speak-Up Line (> Seite 42) steht nicht nur für die Meldung von Gesetzesverstößen zur Verfügung, sondern auch für die Meldung von diskriminierenden Verhaltensweisen oder Verhaltensweisen, die gegen unsere Werte verstoßen. 2021 erhielten wir fünf Meldungen, die den Bereich „Diskriminierung“ oder „Unangemessenes Verhalten am Arbeitsplatz“ betrafen. Diese wurden durch den Bereich HR gemeinsam mit den Hinweisgebern aufgearbeitet und, wo notwendig, Maßnahmen ergriffen.

**Alle Dimensionen der Vielfalt denken**

Wir bekennen uns zur Charta der Vielfalt und schätzen die Individualität aller Menschen. Mit den Ergebnissen einer Umfrage unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wie bei Carglass® Diversität, Inklusion und Chancengerechtigkeit gelebt wird, wollen wir ein offenes Arbeitsumfeld ohne Vorurteile stärken.

Wir beschäftigten im Berichtszeitraum Menschen aus 46 verschiedenen Nationen. 2017 waren es 30 Nationen, 2019 waren es 36. Wir sehen unser Unternehmen als Beispiel für gelungene Integration und Zusammenarbeit von Menschen unterschiedlichster Herkunft an. Darauf sind wir stolz. Zugleich empfinden wir Demut vor der großartigen Arbeit, die in unseren vielfältigen Teams in ganz Deutschland geleistet wird.

**46**

**NATIONALITÄTEN 2020/2021**

In der Geschäftsleitung sind drei von sieben Personen Frauen. Den Anteil von Frauen in weiteren Führungspositionen wollen wir weiter erhöhen.



Um mehr Mädchen für Berufsgruppen zu gewinnen, die sich durch einen technisch-naturwissenschaftlichen Hintergrund auszeichnen, sind wir regelmäßig Teilnehmer des Girls Days. 2020 fand dieser aufgrund der Pandemie nicht statt, 2021 nur in digitaler Form. Unser Engagement wollen wir weiter fortsetzen. Und indem wir im Personalmarketing wie in unseren TV-Spots explizit die individuellen Karrieren von Monteurinnen sowie weiblichen Führungskräften vorstellen, heben wir hervor, dass Frauen maßgeblich zu unserem Erfolg beitragen und zugleich auch persönlichen Erfolg durch ihre Arbeit bei uns erleben.

**FRAUENANTEIL IN DER GESCHÄFTSLEITUNG**



**FRAUENANTEIL BEI DEN FÜHRUNGSKRÄFTEN**



**BESCHÄFTIGUNGSQUOTE SCHWERBEHINDERTER MENSCHEN**



Wir bieten Menschen mit geistigen Behinderungen wie Lern- oder Sprachschwierigkeiten in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Trägervereinen wie der Lebenshilfe München sogenannte Außenarbeitsplätze an. Sie sollen Menschen mit Behinderungen den Übergang in den allgemeinen Arbeitsmarkt erleichtern. Zuletzt hatten wir drei solcher Inklusionsarbeitsplätze in Service-Centern in München, Nürnberg und Köln.

Um Kolleginnen und Kollegen mit Behinderung optimal zu unterstützen, haben wir einen Mitarbeiter als Schwerbehindertenvertreter freigestellt. Er begleitet sie zu Behördengängen oder sucht mit Führungskräften individuelle Lösungen für Herausforderungen im Arbeitsalltag. Diese werden auch im Rahmen des betrieblichen Eingliederungsmanagements erörtert und, wenn möglich, umgesetzt. Die Schwerbehindertenvertretung wird von der Belegschaft jeweils für vier Jahre gewählt.

**Entgeltgleichheit**

Wir bezahlen fair. Grundlagen unserer Vergütungspolitik sind Indikatoren wie die Komplexität der Aufgaben- und Verantwortungsbereiche, Führungs- und Expertenlaufbahn, Ausbildung und Berufserfahrung sowie Leistung und Wertbeitrag im Verlaufe des Arbeitslebens. Wir orientieren uns an marktüblichen Gehältern. Diese werden vom Bereich „Vergütung und Zusatzleistungen“ regelmäßig mittels externer Benchmarks überprüft. Dafür werden alle Funktionen in das Carglass®-Grading-System eingestuft und das Ist-Gehalt mit den Marktdaten verglichen (-> siehe auch Diversität und Chancengleichheit ab Seite 71).

Unser Roadmap-Ziel 05 der Entgeltgleichheit bei gleicher Qualifikation ungeachtet des Geschlechts, der sexuellen Orientierung, ethnischen Herkunft oder religiösen Zugehörigkeit betrachten wir als erreicht. 2021 haben wir neben dem regelmäßigen Benchmarking unsere Gehaltsstruktur gesondert auf Hinweise hinsichtlich unfairer Bezahlung untersucht. Wir haben unter anderem Geschlecht, Alter, Berufserfahrung und den Vergleich mit Wett-

bewerbern betrachtet sowie die Lebenskosten in Ballungsräumen berücksichtigt. Es konnten keine strukturell unfairen Gehaltsstrukturen festgestellt werden. Wo individuelle Lohngefälle im Vergleich bestanden, wurden sie durch eine Gehaltsrunde mit erhöhtem Budget ausgeglichen. Darauf aufbauend streben wir aktuell das Fairpay-Siegel an. Der Zertifizierungsprozess des gemeinnützigen Berliner Fair Pay Innovation Lab zeichnet seit 2021 Unternehmen weltweit für faire Bezahlung aus. Dieser Universal Fair Pay Check wurde vom Europäischen Markenamt als Uniongewährleistungsmarke anerkannt und erfüllt damit höchste Ansprüche an Neutralität, Prüfung, Überwachung und Transparenz.

Über das Fixgehalt hinaus gibt es Funktionszulagen und freiwillige, variable Erfolgsprämien, etwa für Führungskräfte und Experten. Außerdem bieten wir Jubilarszuwendungen, Zuschüsse für unsere Krankenzusatzversicherung oder andere nicht-finanzielle Leistungen, etwa die Möglichkeit, ein Sabbatical einzulegen. Im Berichtszeitraum haben 46 Personen am Sabbatical-Programm teilgenommen, Tendenz steigend.

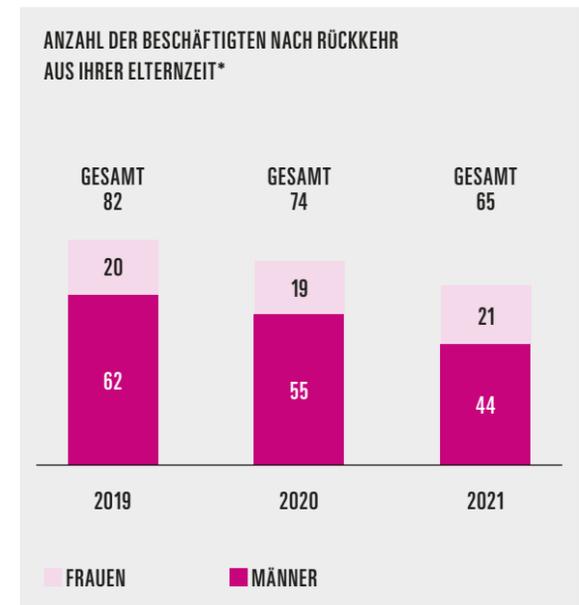
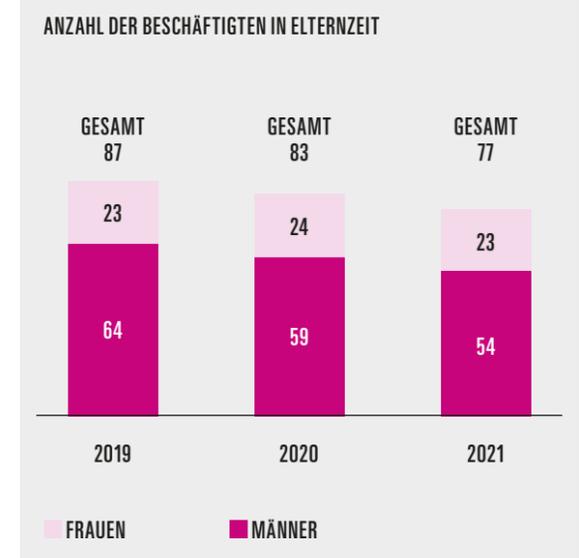
**Berufs- und Privatleben in Balance**

Wir wollen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in jeder Phase ihres Lebens die größtmögliche Flexibilität bieten, Beruf und Privatleben in Balance halten zu können.

Hierzu hatten wir uns das Roadmap-Ziel 03 gesetzt, bis 2021 die Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern, indem wir zusätzliche zeitgemäße Modelle evaluieren und einführen. Die Pandemie hat hier als Beschleuniger gewirkt. In der Hauptverwaltung kann nun zu großen Teilen aus dem Homeoffice sowie mit flexiblen Gleitzeitmodellen gearbeitet werden. Für die operative Servicestructur gibt es seit mehreren Jahren das Workforce-Management, mit dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für mehr Flexibilität eigenständig ihre Schichten tauschen können.

Unsere Betriebsvereinbarung legt flexible Arbeitszeiten und Urlaubsgrundsätze (30 Tage Urlaub im Jahr) fest, zudem können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, je nach ihrer Rolle, auch zu Hause arbeiten. Die Führung von Arbeitszeitkonten ermöglicht es Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, für geleistete Überstunden bezahlten Freizeitausgleich zu nehmen. Mehrarbeitszuschläge kommen bei Überschreitung der individuellen vertraglichen Sollarbeitszeit im Monat zum Tragen. Es gibt Nacht- sowie Sonn- und Feiertagszuschläge. Bei uns gilt der gesetzliche Urlaubsanspruch plus zehn weitere Tage pro Kalenderjahr bei einer 5-Tage-Woche.

Über den externen Anbieter pme Familienservice GmbH unterstützen wir bei der Kinderbetreuung oder familiären Notsituationen. Die große Mehrheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch nehmen, kehrt anschließend wieder ins Unternehmen zurück und bleibt auch langfristig bei uns. 2021 arbeiteten 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zwölf Monate nach Abschluss ihrer Elternzeit weiterhin bei uns.



\* die nach ihrer Elternzeit noch länger als zwölf Monate bei Carglass® beschäftigt waren

Bei uns soll sich jede und jeder wohlfühlen - daher bieten wir große Flexibilität, faire Löhne und Unterstützung bei der Kinderbetreuung.





„E-Autos als Kundenersatzfahrzeuge plus Ladeinfrastruktur – das ist doch eine gute Sache für den Klimaschutz. Dass wir uns als Unternehmen elektrifizieren, ist der logische Schritt in Zeiten des Klimawandels.“



Ferhat Yolcu  
Area-Manager, Bonn

# 4. UMWELT

**Durch unsere Geschäftstätigkeit verursachen wir verschiedene Umweltauswirkungen. Um unseren ökologischen Fußabdruck möglichst gering zu halten und unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, haben wir uns für das Handlungsfeld Umwelt klare Ziele gesetzt: Wir wollen unseren Energie- und Materialverbrauch sowie unsere Treibhausgasemissionen reduzieren.**



## 4.1 MANAGEMENTANSATZ

In unserer CSR-Roadmap 2025 haben wir als Schwerpunkte im Handlungsfeld Umwelt den Klimaschutz und die Ressourcenschonung definiert. Eine Übersicht, welche Ziele wir uns 2019 mit Perspektive 2025 gesetzt und inwiefern wir sie schon erreicht haben, befindet sich auf > Seite 31/32.

Verantwortet wird das Handlungsfeld Umwelt vom Fachbereich „Risk & Compliance“ der Abteilung Finance. Unser Umweltbeauftragter am Hauptverwaltungsstandort Köln ist verantwortlich für die Planung und Umsetzung unserer umweltbezogenen Aktivitäten. Er arbeitet dazu eng mit den betreffenden Fachbereichen zusammen und berichtet regelmäßig an die Geschäftsleitung. So findet jährlich ein Review mit allen Mitgliedern der Geschäftsleitung statt. Relevante Umweltthemen werden darüber hinaus auch im halbjährlichen CSR-Board diskutiert.

### **Nutzung eines zertifizierten Umweltmanagementsystems**

Neben der Einhaltung von Gesetzen und branchenspezifischen Vorgaben folgen wir eigenen Standards. So können wir sicherstellen, dass wir möglichst ressourcenschonend agieren, unsere Umweltauswirkungen gering halten bzw. kontinuierlich reduzieren. Seit 2014 nutzen wir dazu ein umfassendes Umweltmanagement zur Prozesssteuerung. Durch unseren Ansatz eines integrierten Umweltmanagementsystems (UMS) wollen wir einen ständigen Austausch zwischen Umweltmanagement und den Bereichen Arbeitssicherheit und Qualitätsmanagement gewährleisten. Das UMS entspricht der international anerkannten Managementnorm ISO 14001 und wird alle drei Jahre gemeinsam mit unserem Qualitätsmanagement vom TÜV Rheinland zertifiziert. Die Zertifizierung unserer Managementsysteme umfasst alle Standorte.

### **Wir lassen uns vielseitig prüfen**

Zur Evaluierung des Managementansatzes dienen vor allem die jährlichen externen Audits, bei denen der TÜV Rheinland die Konformität mit den Managementsystemen der ISO 9001 sowie der ISO 14001 prüft. Auch das von EcoVadis durchgeführte Sustainability Assessment bewertet unseren Managementansatz. Das Assessment resultiert in einer Gesamtnote sowie in einer umweltspezifischen Bewertung. Für unsere Nachhaltigkeitsleistung im Berichtszeitraum hat EcoVadis unseren Gold-Status bestätigt (> Seite 36).

### **Regelungen und Verpflichtungen sind zugänglich**

Die für uns geltenden umweltrechtlichen Verpflichtungen sind in einem onlinebasierten Rechtskataster zusammengefasst, das regelmäßig überprüft und ergänzt wird. Damit wir sicherstellen, dass die Vorschriften bekannt sind und befolgt werden, informieren wir die Fachabteilungen und geben über das Intranet Handlungsempfehlungen in Form von Verfahrens- und Arbeitsanweisungen.

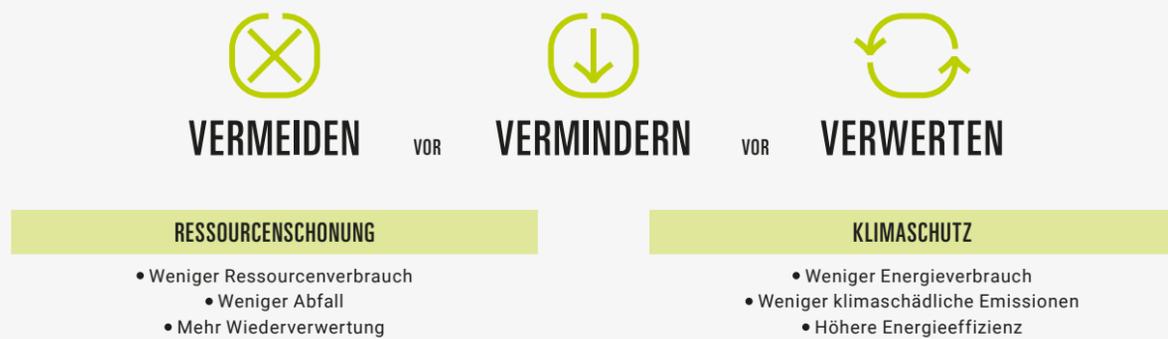
**Unsere Umweltpolitik und Carglass®-Umweltleitlinie**

Anfang 2021 haben wir die von der Abteilung Umweltmanagement erarbeitete Carglass®-Umweltpolitik veröffentlicht. Sie stellt die wesentlichen Grundsätze und Zuständigkeiten dar, wie wir Umwelt- und Ressourcenschutz betreiben. Sie bildet das Thema in seiner Gesamtheit ab und baut dabei auf unserer Umweltleitlinie von 2016 auf.

kontinuierlichen Eigenüberprüfungen unterziehen, können wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gezielt schulen und Verbesserungspotenziale erkennen.

Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden hinsichtlich ökologischer Auswirkungen noch Verstöße gegen Umweltgesetze und -vorschriften. Es kam zu keinen Fällen, in denen eine Geldbuße verhängt wurde, noch wurden im Berichtszeitraum Verstöße als relevant eingeordnet.

**DREI STUFEN DER UMWELTLEITLINIE**



Die Umweltleitlinie hängt in jedem Service-Center aus und zeigt übersichtlich unseren Ansatz für Umwelt- und Klimaschutz im beruflichen Alltag mit unserem Leitprinzip „Vermeiden vor Vermindern vor Verwerten“ und unserer Devise „Repair First“. Damit wollen wir Treibhausgasemissionen und Abfälle vermeiden beziehungsweise reduzieren und möglichst viele Wertstoffe wiederverwenden oder dem Recycling zuführen. Die Leitlinie ist für unsere gesamte Organisation verbindlich.

Sämtliche Prozesse der drei Stufen überprüfen wir im Rahmen regelmäßiger interner Audits. Dabei enthält unser Auditkatalog alle Themen und Prozesse des integrierten Managementsystems und deckt damit auch die für uns wesentlichen Umweltaspekte bzw. Umweltauswirkungen ab.

Unser Auditergebnis für den Bereich Umwelt lag 2020 bei 95,3 Prozent und stieg 2021 auf 96,2 Prozent. Mit Beginn der Pandemie haben wir einen verkürzten Auditkatalog verwendet und Audits teilweise digital durchgeführt. Indem wir uns

**Nachhaltigere Standortauswahl**

Wir haben im Berichtszeitraum einen Kriterienkatalog für eine nachhaltige Standortauswahl bei Umbaumaßnahmen, Neuanmietungen sowie neuen Standorten entwickelt – und damit unser Ziel 04 der Roadmap erreicht. Dabei berücksichtigen wir Nachhaltigkeitsansätze bei der Baubeschreibung, etwa Umrüstungen auf LED-Leuchtmittel, Versorgung mit Ökostrom oder Energieeffizienzpotenziale. Ein Pilotprojekt wird der Neubau eines Service-Centers in Bremerhaven sein. Das Gebäude wird nach dem KfW-40-Standard errichtet und soll u.a. eine Fotovoltaikanlage erhalten. Gerade bei der Umsetzung von Umbaumaßnahmen zeigen sich Herausforderungen, etwa in den großen baulichen Unterschieden von Gebäuden oder den Abstimmungsprozessen mit den Vermietern. Für jede Situation sind wir bemüht, im Sinne unseres Ziels individuelle Lösungen zu finden.

**4.2 KLIMASCHUTZ**

Wir unterstützen das Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens, den weltweiten Temperaturanstieg möglichst auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen, zumindest jedoch auf 2 Grad. Daher setzen wir an den wesentlichen Hebeln an, um unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Ziel ist eine Reduktion um 15 Prozent pro Austausch- und Reparaturauftrag gegenüber dem Basisjahr 2010. Wir erheben unsere Emissionen, damit wir Fortschritte beim Erreichen dieses Reduktionsziels messen und die Effektivität unserer Maßnahmen überprüfen können. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen wir weiterhin sensibilisieren, damit wir gemeinsam klimafreundlicher arbeiten.

**Wir reduzieren unsere Verbräuche an Strom, Gas und Öl**

Für unseren täglichen Betrieb benötigen wir Energie – von Strom für Licht oder Geräte bis zu Gas und Öl zum Heizen der Gebäude. Dazu kommen der Energiebedarf für Mobilität in Form von Diesel und Benzin für unseren Fuhrpark sowie Strom zum Laden von Elektroautos. Um unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und Treibhausgasemissionen einzusparen, können wir vor allem beim Energieverbrauch und beim Fuhrpark ansetzen.

**Eine Klimastrategie weist uns den Weg**

Rund um die beiden zentralen Hebel Energieverbrauch und Fuhrpark entwickeln bzw. finalisieren wir aktuell unsere Klimastrategie. Sie wird Klimaziele und einen CO<sub>2</sub>-Reduktionspfad bis 2030 enthalten. Die Strategie ist angelehnt an die Klimastrategie der Belron®-Gruppe, die derzeit ein science-based target erarbeitet, also ein Klimaziel, das in seiner Wirkung wissenschaftlich belegt ist.

Die Hauptverantwortung für die Reduktion unserer Emissionen liegt bei der Abteilung Umweltmanagement. Diese wird durch den Bereich CSR sowie das Fuhrparkmanagement unterstützt und erhält zudem von den für dieses Thema verantwortlichen Kolleginnen und Kollegen beim Mutterkonzern Belron® Informationen und Instruktionen. In unserer neuen Umweltpolitik ist auch der Umgang mit „Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen“ geregelt.

**Wir erfassen systematisch unsere Emissionen**

Für zielgerichtete Maßnahmen erheben wir jedes Jahr unsere Energieverbräuche und analysieren unsere Treibhausgasemissionen gemäß Greenhouse Gas Protocol in den Scopes 1–3.

CO<sub>2</sub>-FUßABDRUCK VON CARGLASS® 2019 BIS 2021 (IN T CO<sub>2</sub>EQ)\*

	2019	2020	2021
<b>Scope 1:</b> direkter CO <sub>2</sub> -Ausstoß durch die Verbrennung von Gas in Heizungen sowie Diesel im Fuhrpark	5.047 T	4.806 T	4.527 T
<b>Scope 2:</b> Herstellung des von uns eingekauften Stroms	3.536 T	2.608 T	2.226 T
<b>Scope 3:</b> verschiedene Kategorien wie bspw. die Vorkettenemissionen unserer fossilen Energieträger oder Geschäftsreisen	2.740 T	1.686 T	2.073 T
<b>Gesamt</b>	<b>11.323 T</b>	<b>9.100 T</b>	<b>8.826 T</b>

\* Berechnung der Emissionswerte durch Belron® auf Basis des „Location based“-Ansatzes, das heißt unter Nutzung des Durchschnittswerts für Deutschland ohne Einbezug anbieter- bzw. produktspezifischer Emissionsfaktoren. Über 75 Prozent des bezogenen Stroms stammt aus regenerativen Energien. Durch Änderung der Emissionsfaktoren ist eine Vergleichbarkeit mit Auswertungen vor 2019 nur bedingt möglich. CO<sub>2</sub>EQ: CO<sub>2</sub>-Äquivalent. Die Erwärmungswirkung verschiedener Treibhausgase, gemessen in der Vergleichsgröße CO<sub>2</sub>.

**Mit Leitlinien und Kennzahlen steuern**

Unsere Abteilung Umweltmanagement erhebt und überwacht relevante Kennzahlen wie Strom-, Gas- und Dieselkraftstoffverbräuche. Im Kapitel „Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen“ unserer Umweltpolitik weisen wir auf den Zusammenhang zwischen unserem Energieverbrauch und dem Emittieren klimaschädlicher Treibhausgase hin. In unserer Car Policy (> Seite 32) haben wir daher den Elektrifizierungsansatz unserer Fuhrparkentwicklungsleitlinie konkretisiert. So reduzieren wir stufenweise den Anteil an Autos mit Verbrennungsmotoren und steigern gleichzeitig kontinuierlich den Anteil an Elektroautos.

unsere Service-Center sowie 100 Hyundai Kona als Firmenwagen. Damit liegen wir bei einem E-Auto-Anteil von 38 Prozent.

In Anlehnung an die Fuhrparkentwicklungsleitlinie von 2016, die die fortschreitende Elektrifizierung unseres Fuhrparks beschreibt, haben wir ein Konzept gemäß unserem Ziel 02 entwickelt – für ein nachhaltigeres Flottenmanagement sowie eine nachhaltigere Mitarbeitendenmobilität. Die Car Policy regelt beispielsweise Fahrzeugauswahl und Umgang mit den Fahrzeugen. Zudem sollen Elektroautos als Dienstwagen gefördert werden. Ab 2024 sind nur noch Zulassungen von Elektroautos im Fuhrpark vorgesehen. Darüber hinaus wird durch

**Belron®-Share steigern, Retouren reduzieren**

Wir wollen auch den Belron®-Share steigern. Das bezeichnet den Anteil der Glasscheiben, die wir über unser Belron®-Hauptlager in Bilzen beziehen. So sparen wir Anfahrten verschiedener Lieferanten und damit CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Zudem wollen wir Retouren auf einen minimalen Umfang reduzieren. Dabei sind die Fahrten im Sinne einer nachhaltigen Logistik bereits optimiert (Retouren werden bei Anlieferung neuer Scheiben mitgenommen), jedoch können wir so die Fahrzeuge mit weniger Gewicht ökologischer fahren lassen. Dafür haben wir im ersten Schritt die Ursachen für Retouren analysiert und entsprechende Maßnahmen definiert. Darunter fallen beispielsweise der Aufbau und die Nutzung einer internen Produktdatenbank zur verbesserten Material- und damit Scheibenidentifikation.

**Standorte energieeffizienter machen**

Um den Stromverbrauch zu senken, setzen wir auf Energieeffizienzmaßnahmen an unseren Standorten. Dabei haben wir unser Ziel 06 erreicht, jährlich zehn Standorte von herkömmlicher Beleuchtungstechnik auf LED-Tubes umzurüsten. So sank der Stromverbrauch der Filialen im Berichtszeitraum durch flächendeckenden Einsatz von LED-Leuchtmitteln. Da wir bei jedem Service-Center anderen Herausforderungen begegnen, werden die Konzepte für jeden Standort individuell erstellt.

Ein weiteres Projekt ist die Dachbegrünung der Mobile Branches in Pinneberg, unsere flexibel einsetzbaren Service-Center basierend auf Euro-Containern. Dadurch wird nicht nur Feinstaub reduziert und CO<sub>2</sub> gebunden, sondern auch im Sommer die darunter liegenden Räume gekühlt. Das reduziert den Energiebedarf für den Betrieb der Klimaanlage.

Aufgrund von zwei externen Energieaudits 2019 evaluieren wir, ob wir die Reduktion der Toröffnungsgrößen und -zeiten anpassen.



**Klimawirksamer Ausgleich unserer Gasheizungen**

Die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei der Nutzung von Erdgas in unseren Heizungsanlagen entstehen, werden über das Projektportfolio der Klimainvest Green Concepts GmbH ausgeglichen. Die unterstützten Projekte sind offiziell registriert, folgen den Regularien des Kyoto-Protokolls und sind zusätzlich nach den strengen Anforderungen der unabhängigen und gemeinnützigen Verified Carbon Standard Association zertifiziert. Durch unsere Projekte wird der klimawirksame Ausgleich von mindestens 2.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen prognostiziert. So konnten wir 2020 und 2021 Klimaneutralität im berechneten Gasverbrauch erreichen.

**Unsere Beschäftigten im Alltag sensibilisieren**

Unsere Umweltziele können wir nur gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erreichen. Daher haben wir 2020 mit der „Nachhaltigkeits-Challenge“ ein E-Learning mit Gamification-Ansatz als Bildungsprojekt umgesetzt. Es soll unter anderem das Verständnis für unser Energiemanagement, das alle im Unternehmen unabhängig von Arbeitsort und Funktion unterstützen können, stärken. So können wir Energieverluste reduzieren. Hier kommen Umweltsticker zum Einsatz, die wir im Zuge eines Bildungsprojekts für die fachgerechte Vorsortierung von Abfällen entwickelt haben (> Seite 89) und die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tagesgeschäft für die Umwelt sensibilisieren sollen. Neben der richtigen Abfallsortierung oder dem Thema Wasser behandeln sie auch den Bereich Energie. Sie erinnern beispielsweise daran, Lampen auszuschalten oder Fenster und Türen zu schließen. Zudem sensibilisieren wir über einen eigenen Umwelt-Blog im Intranet mit regelmäßigen Beiträgen zu umweltrelevanten Themen.

ENERGIEVERBRAUCH (IN KWH) DER LETZTEN DREI JAHRE

	2019	2020	2021
<b>Kraftstoff</b>	11,9 MIO. KWH	8,6 MIO. KWH	7,7 MIO. KWH
<b>Elektrischer Strom</b>	8,4 MIO. KWH	6,5 MIO. KWH	6,4 MIO. KWH
<b>Erdgas</b>	16,8 MIO. KWH*	13,5 MIO. KWH	13,5 MIO. KWH
<b>Erdöl</b>	0,9 MIO. KWH	0,8 MIO. KWH	0,7 MIO. KWH
<b>Diesel</b>	-	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>38,0 MIO. KWH</b>	<b>29,4 MIO. KWH</b>	<b>28,3 MIO. KWH</b>
<b>Veränderung des Energieverbrauchs in kWh</b>	<b>1,1 MIO. KWH</b>	<b>8,6 MIO. KWH</b>	

Alle angegebenen Werte wurden auf die erste Nachkommastelle gerundet.  
\* Im Berichtszeitraum wurde die Berechnungsmethodik für den Erdgasverbrauch geändert. Anders als für den Bericht 2018/2019 wurden nun sämtliche Standorte erfasst. Somit hat sich der Erdgasverbrauch für 2019 von 8,9 auf 16 Mio. kWh erhöht.

**Nachhaltigere Mobilität vorantreiben**

Das Ziel unserer CSR-Roadmap, bis 2025 in unserem Fuhrpark einen Anteil von 30 Prozent Elektroautos zu erreichen, haben wir bereits zu mehr als der Hälfte erreicht: Zum Ende des Berichtszeitraums lag der Anteil bei 19,8 Prozent, was insgesamt 145 Fahrzeugen entspricht. Zudem haben wir für 2022 weitere 130 Elektroautos bestellt, 30 Renault Twingo als Kundenersatzfahrzeuge für

die Policy auch das Thema Aufbau Ladeinfrastruktur forciert. Ziel ist, bis Ende 2022 eine Ladesäule pro Carglass®-Area (Verbund von zwei bis fünf Service-Centern) aufzustellen, sodass wir ab 2023 bereits eine engmaschige deutschlandweite Infrastruktur an Lademöglichkeiten haben.

Unsere nachhaltige Unternehmensmobilität im Berichtszeitraum hat eine Zertifizierung durch den Bundesverband Betriebliche Mobilität erhalten.

# REPAIR FIRST

Wenn wir eine Scheibe reparieren, anstatt sie auszutauschen, sparen wir im Vergleich 75 Prozent an CO<sub>2</sub>-Emissionen. Diesen Wert haben wir uns 2019 von der Zertifizierungsgesellschaft Bureau Veritas verifizieren lassen. Unsere „Repair First“-Strategie ist daher ein Ansatz, der sich für alle Beteiligten lohnt: Sowohl unsere Kundinnen und Kunden als auch wir als Unternehmen profitieren von der Zeitersparnis, die Kosten bleiben niedrig und negative Umweltauswirkungen können reduziert werden.

# 75%

EINGESPARTE EMISSIONEN

## 4.3 RESSOURCENSCHUTZ

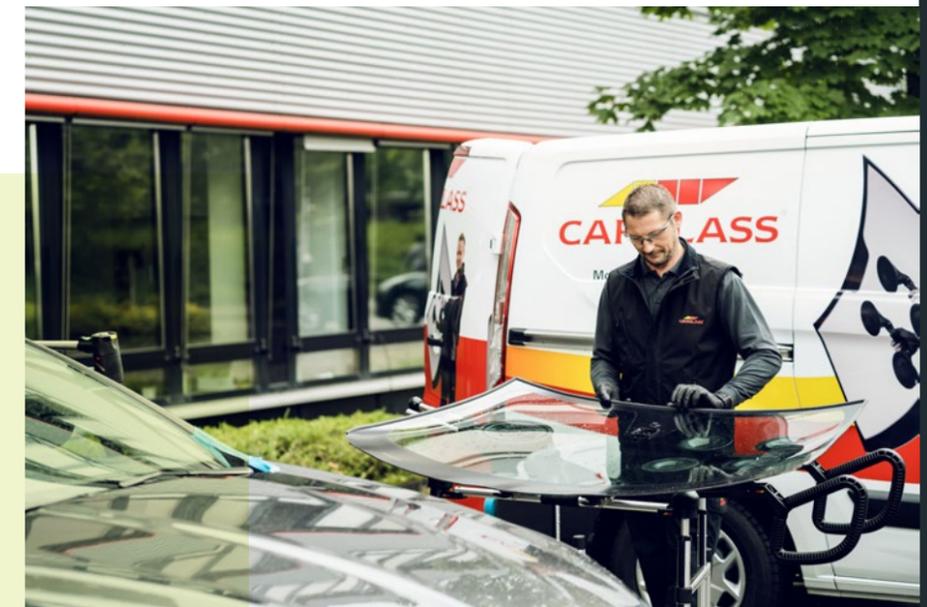
Um unseren Service für Kundinnen und Kunden anbieten zu können, nutzen wir jeden Tag Materialien. Manche davon werden aus Rohstoffen hergestellt, die weltweit nur begrenzt verfügbar sind oder durch ihren Abbau direkte Auswirkungen auf die Umwelt haben. Als Fokusthema unserer Umweltstrategie wollen wir beim Ressourcenschutz innerhalb der Belron®-Gruppe zum Vorreiter werden.

### Der besseren Wahl den Vorzug geben

So achten wir bereits beim Einkauf auf Ressourcenschonung, setzen Materialien effizient ein und senken den Verbrauch wo immer möglich. Bei der Auswahl und dem Einsatz unserer Materialien legen wir Wert darauf, dass sie wiederverwendbar, recycelt oder recyclingfähig sind oder eine nachhaltigere Alternative darstellen. So setzen wir beispielsweise Wischwassertabletten ein, die so genannten Carglass® GreenTabs, mit denen wir

99 Prozent Plastik im Vergleich zu einem herkömmlichen 5-Liter-Wischwasserkanister einsparen. Darüber hinaus sind die Inhaltsstoffe zu 99,5 Prozent biologisch abbaubar.

Wir haben zudem interne Richtlinien in Bezug auf Materialien verabschiedet und die administrativen Standards in den betreffenden Arbeitsanweisungen hinterlegt. Zentral sind dabei der Abschnitt Ressourcenschutz unserer neuen Umweltpolitik (> Seite 80), die Richtlinie „Nachhaltigkeit in der Beschaffung“ (> Seite 48) mit Vorgaben zum Umgang und zur Bewertung von Lieferanten sowie unsere Paper Policy (> Seite 87) mit konkreten Anweisungen für den Einkauf und Umgang mit Papierprodukten. Mehr Informationen zum Thema verantwortungsvolle Beschaffung finden sich im Kapitel Lieferkette (> ab Seite 46).



Bei der Auswahl unserer Materialien legen wir Wert darauf, dass sie kreislauffähig sind.

CA. **3.200**

LASSEN SICH JÄHRLICH DURCH UNSERE

„REPAIR-FIRST“-STRATEGIE EINSPAREN.

# T GLAS



MATERIALVERBRAUCH DIREKTES MATERIAL 2019 – 2021

	2019	2020	2021
Verbundglasscheiben	7.267,3 T	7.875,5 T	8.698,9 T
Putzpapier	95,6 T	87,5 T	114,3 T
Klebstoff	173.208 L	159.677 L	190.627 L
Scheibenreiniger	68.025 L	63.000 L	70.400 L
Gummirahmen	1.796 ST.	885 ST.	935 ST.
Wischer	178.881 ST.	174.465 ST.	182.759 ST.
Leisten	440.777 ST.	328.552 ST.	393.007 ST.

### Immer weniger Papier verbrauchen

Jedes Jahr verbrauchen wir über 194 Tonnen Papier. Dabei handelt es sich vorwiegend um Putzpapier für die Scheibenreinigung (direktes Material) und Rechnungspapier (indirektes Material). Unser Anspruch ist es, unseren Papierverbrauch, insbesondere an Papier aus Frischfasern, zu reduzieren.

Um darauf hinzuarbeiten, folgen wir seit 2017 unserer eigenen Papierrichtlinie. Die Paper Policy dient als interner Leitfaden und ist für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbindlich. Wo immer möglich setzen wir Recyclingpapier oder zertifiziertes Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft ein. Dies ist bei unseren Publikationen, bei Kopierpapier sowie im Hygienebereich bereits vollständig der Fall. Die Paper Policy empfiehlt eine Reihe an Zertifizierungen wie „Blauer Engel“, „ÖKOPapier“ und „FSC recycled“.

### Verantwortungsvoll mit Wasser umgehen

Bei Scheibenreparaturen und beim Austausch von Scheiben wird kein Wasser eingesetzt. Dementsprechend verbrauchen wir nur in den Küchen- und Sanitärbereichen Wasser. Das dort entstehende Abwasser kann ohne Vorbehandlung in die Kanalisation eingeleitet werden.

Wir wollen fachgerecht recyceln  
und haben dafür alle  
Optimierungspotenziale geprüft.



## 4.4 ABFALLMANAGEMENT

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Abfällen ist uns wichtig. Deshalb wird das Thema zentral durch das Umweltmanagement verantwortet und gestaltet. Durch unseren Recyclingprozess halten wir die Gewerbeabfallverordnung ein, die eine strikte Trennung von verwertbaren Abfällen vorschreibt.

Für die fachgerechte Abfallbeseitigung arbeiten wir mit einem zertifizierten Entsorgungsunternehmen zusammen. Unseren Restmüll entsorgen wir über Angebote der Städte, Gemeinden oder Kommunen unserer Standorte.

Damit wir bei unserem Entsorger hohe Recyclingquoten erreichen, sind alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu aufgerufen, Abfälle korrekt zu behandeln und vorzusortieren. Die entsprechende Arbeitsanweisung „Befüllrichtlinie für Abfallbehälter“ ist wie alle Anweisungen über das Intranet abrufbar. Zum Veröffentlichungszeitpunkt wurden alle Service-Center und Mitarbeitenden über die neue Anweisung informiert.

Etwa ein Viertel unserer Service-Center ist darüber hinaus an das sogenannte Reverse-Logistic-System angeschlossen, durch das Glasabfälle direkt in das europäische Hauptlager von Belron® in Bilzen (Belgien) zurückgeliefert werden (> Seite 18/19). Alle anderen Standorte führen ihre Glasabfälle lokal über einen zertifizierten Entsorgungsdienstleister dem Recycling zu. Wir prüfen ständig, ob sich weitere Service-Center dem Reverse-Logistic-System anschließen können.

Nicht mehr benötigte IT-Geräte übergeben wir einem gemeinnützigen Unternehmen, das Menschen mit Behinderung Zugang zum Arbeitsmarkt bietet. Damit schonen wir nicht nur Ressourcen und vermeiden Emissionen, sondern leisten auch einen Beitrag zur Inklusion.

### Abfallmanagement kontinuierlich optimieren

Den größten Anteil unseres Abfallaufkommens machte auch 2021 mit 77,13 Prozent unser Glasabfall aus, gefolgt von gemischten Verpackungen, Folien und Papier. Ein sachgemäßes Recycling ist für uns von größter Bedeutung, da wir bei diesem Glasabfall einen hohen Anteil an Verbundglas haben, das besonders aufwendig zu recyceln ist. Denn damit Autoscheiben bei Bruch nicht splintern, ist eine PVB-Folie aus elastischem, reißfestem Polymer integriert. Bisher lag unsere Recyclingquote bei den Glasabfällen bei 97 Prozent.

Um Optimierungspotenziale in unserem Abfallmanagement zu identifizieren und damit Ziel 08 unserer CSR-Roadmap zu erreichen, haben wir 2020 mit unserem Entsorgungsdienstleister eine

Feldstudie durchgeführt. Dabei wurde der Abfall nachsortiert, um relevante Bestandteile zu identifizieren und gegebenenfalls weitere Fraktionen separat zu sammeln. Das Ergebnis zeigte, dass bereits ausreichend vorsortiert wird und nachzusortierende Materialien ausschließlich in Mindermenge vorhanden waren. Somit konnten wir keine weiteren Optimierungspotenziale bei unserer Abfallbehandlung feststellen. Wir wollen die Abfallsortierung auf diesem hohen Niveau halten.

Dafür haben wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen eines Bildungsprojekts für die fachgerechte Vorsortierung von Abfällen sensibilisiert. Zudem wurden auch zu diesem Thema Umweltsticker entwickelt, die an die sachgemäße Abfalltrennung erinnern. Diese wurden an sämtliche Filialen verteilt.



„Ich bin sehr stolz, wie wir mit unserer Stiftung GIVING BACK in der Welt helfen. Afrika Tilekun bietet Kindern und Jugendlichen Bildung und vermittelt ihnen bleibende Werte. Bei meinem Besuch in Südafrika hat es mich sehr beeindruckt, wie lebensfroh diese Kinder sind – trotz aller Herausforderungen.“



Enrico Haupt

Standortverantwortlicher, Landsberg/Weilheim

# 5. GESELLSCHAFT- LICHES ENGAGEMENT

**Wir übernehmen Verantwortung – nicht nur für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Umwelt und das Klima oder in unseren Lieferketten, sondern auch für die Gesellschaft. Dabei liegen uns besonders benachteiligte Kinder und Jugendliche am Herzen. Dass wir uns sozial engagieren, ist ein Eckpfeiler unserer nachhaltigen Aktivitäten. Gemeinsam im Team und mit unseren Partnern helfen wir dort, wo Hilfe am notwendigsten ist.**

## 5.1 MANAGEMENTANSATZ

In unserem Selbstverständnis ist soziales Engagement seit jeher tief verankert. Wir sind als Unternehmen Teil der Gesellschaft und wollen andere an unserem Erfolg teilhaben lassen. Das geschieht vor allem durch unsere Stiftung GIVING BACK, die 2021 ihr zehnjähriges Bestehen feierte (> Seite 95). Zusammen mit unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Partnern unterstützen wir Projekte für Kinder und Jugendliche, die einen gesundheitlichen, sportlichen oder kulturellen Schwerpunkt haben können – regional und international.

Die Bedeutung unseres gesellschaftlichen Engagements geht zurück auf den Belron®-Firmengründer Maurice „Morrie“ Lubner, der aus einfachen Verhältnissen stammte und erfolgreicher Unternehmer wurde. Das stärkte in ihm den Wunsch, der Gesellschaft etwas zurückzugeben und insbesondere benachteiligten Jugendlichen Chancen zu eröffnen. Diese Einstellung hat sich vom Mutterkonzern Belron® auf Carglass® Deutschland übertragen. Die damit zusammenhängenden Aktivitäten und Maßnahmen koordiniert unsere 2011 eingerichtete Stiftung GIVING BACK. Etwas über zehn Jahre nach ihrer Gründung und über zwei Millionen gesammelte Euro später ist die Stiftung ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur und -bestrebungen.

Getragen werden die Stiftungsaktivitäten von unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die Stiftung erhält finanzielle Unterstützung von Carglass® und kann die Infrastruktur des Unternehmens nutzen, agiert jedoch selbstständig. Ein aus zwei Mitgliedern bestehender Stiftungsvorstand übernimmt die Vergabe der Stiftungsmittel und die Koordination der Projekte. Dieser bezieht den Stiftungsrat mit ein, der die Tätigkeit des Vorstands kontrolliert. Die Grundsätze und Prozesse der Stiftungsarbeit sind in der Stiftungssatzung geregelt. Der darin festgelegte Zweck der Stiftung ist, Mittel für die Unterstützung von Kindern und



Das Carglass®-Team beim Fundraising-Event unseres Partners Classic Days.

Jugendlichen sowie hilfsbedürftigen Personen zu beschaffen und diese im Rahmen der finanziellen Projektförderung im In- und Ausland zu verwenden. Carglass® und GIVING BACK unterstützen grundsätzlich keine politischen Akteure oder Parteien.

Im Berichtszeitraum haben wir unser soziales Engagement weiter professionalisiert und wirkungsvoller gestaltet. Dieses in unserer Roadmap festgelegte Ziel 01 verfolgen wir konsequent weiter. Unsere 2019 etablierten Förderschwerpunkte sind auf unserer Website veröffentlicht. Zudem haben wir einen ersten Schritt zur transparenten Darstellung unseres gesellschaftlichen Impacts gemacht. Mit dem Pilotprojekt „Garden to Kindergarten“ unseres langjährigen Partners Afrika Tikkun bewegen wir uns durch Projekt-, Finanz- und Evaluationsberichte auf eine fundierte Wirkungsanalyse hin (> ab Seite 10).

# IM GEMÜSEGARTEN SELBSTVERSORGUNG UND -VERANTWORTUNG LERNEN



Um dem Hunger insbesondere während der Corona-Pandemie entgegenzuwirken, hat die südafrikanische Organisation Afrika Tikkun, die wir seit vielen Jahren unterstützen, in dieser Zeit über 75.000 Lebensmittelpakete in den Townships verteilt. Die Nachfrage war so groß, dass Afrika Tikkun daraufhin das Projekt „Grow to Life“ gründete. Als Teil dessen dient das sehr erfolgreich umgesetzte Projekt „Garden to Kindergarten“ (> Seite 10) für fünf- bis sechsjährige Kinder. Es vermittelt Kindern, wie sie durch eigenes Engagement aus Samen Nahrung erzeugen können und somit ihren eigenen Bedarf an frischen, biologisch angebauten Lebensmitteln sichern können – eigenverantwortlich und selbstbestimmt. Jedes der fünf Afrika Tikkun-Center in Südafrika hat einen solchen Garten, der als Lernort für die Kinder dient und außerdem einen großen Teil der Produkte für die täglichen Mahlzeiten der Kinder, Jugendlichen und Mitarbeiter erzeugt.

## 5.2 UNSERE UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE STIFTUNG GIVING BACK

Carglass® hat sich verpflichtet, jährlich einen Betrag von mindestens 100.000 Euro an GIVING BACK zu spenden. Im Berichtszeitraum beliefen sich die Zuwendungen seitens Carglass® auf 634.568,79 Euro. In der vorherigen Periode 2018/2019 waren es 258.641 Euro. Zum Beitrag des Unternehmens kommen Spenden hinzu, die unsere Stiftung durch Fundraising-Aktivitäten unserer Belegschaft und Veranstaltungen wie Sport-Events und Wohltätigkeitsverkäufe generiert. Wir sehen das als Beleg dafür, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich gern und mit ganzem Herzen für Kinder und Jugendliche in schwierigen Lebenssituationen einsetzen.

Jedes Jahr erhalten unsere 15 Geschäftsregionen ein Spendenbudget, das sie eigenständig an förderungswürdige Projekte vergeben können. Die Vorschläge kommen von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und werden von Stiftungsvorstand, Stiftungsrat sowie den Regionalmanagerinnen und -managern dahingehend überprüft, ob sie dem Stiftungszweck dienen.

Außerdem erhalten Beschäftigte, die im Rahmen des Award-Programms von Belron® und Carglass® mit einem Belron Exceptional People Award (BEPA) oder einem People Award ausgezeichnet werden, Spendenbudgets für einen guten Zweck ihrer Wahl im Rahmen des Stiftungszwecks.

### SPENDENEINNAHMEN IN EUR

354.568,00

273.594,83

463.807,94

2019

2020

2021

### QUELLEN DER SPENDENEINNAHMEN 2021 (IN %)

Carglass GmbH	73,59
RTL-Spendenmarathon	17,70
Mitarbeiteraktionen-/Spenden	4,21
Tickets Fußballlogen	2,26
Event „Spirit of Belron® Challenge“	1,22
Spendenboxen Carglass®-Standorte	0,47
Sonstige Einnahmen	0,37
Aktion „Mein Lieblingsauto“	0,18



**GIVING BACK**

Eine Stiftung der Carglass GmbH

## 5.3 PROJEKTE UND HIGHLIGHTS

Wir sind der festen Überzeugung, dass gesellschaftliches Engagement eines Unternehmens besonders stark und wirkungsvoll ist, wenn es von engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern getragen wird. Aus diesem Grund geben wir ihnen die Möglichkeit, im Unternehmen und bei GIVING BACK auf vielfältige Weise mitzuwirken und sich einzubringen. Dies geschieht unter anderem durch die verschiedenen Spendenveranstaltungen, die unsere Belegschaft selbst organisiert, beispielsweise die Gründung des Carglass®-Waldes im Altmühltal, in dem pro Baumpatenschaft 15 Euro an GIVING BACK gehen. Während der Corona-Pandemie im Berichtszeitraum fanden vorwiegend virtuelle Aktionen statt wie ein Fahrrad-Wettbewerb auf Cycling-Geräten oder ein digitaler Flohmarkt.

### Afrika Tikkun – Hilfe in Südafrikas Townships

Die gemeinnützige Organisation, die Waisenkinder und benachteiligte Jugendliche in verarmten Gemeinden in Südafrika unterstützt, will Hilfe zur Selbsthilfe leisten. Sie bietet beispielsweise Hausaufgabenbetreuung und Lerngemeinschaften zu unterschiedlichen Themen an. Bisher hat Afrika Tikkun mit seiner Arbeit über 750.000 Familien

erreicht. Gemeinsam mit den Belron®-Kolleginnen und -Kollegen auf der ganzen Welt unterstützen wir die Projekte mit großer Überzeugung, beispielsweise indem unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Spenden-Event „Spirit of Belron® Challenge“ in London und anderen Veranstaltungen teilnehmen. Seit 2017 besteht für sie zudem die Möglichkeit, Afrika Tikkun zu besuchen und in persönlichen Austausch mit den Jugendlichen zu kommen.

Für den Berichtszeitraum erhielt Afrika Tikkun von uns insgesamt 551.575 Euro an Spenden, von denen 340.000 Euro aufgrund einer verzögerten Abrechnung mit unserem Kooperationspartner, der RTL-Stiftung, erst im Jahr 2022 überwiesen wurden.

### Globales Engagement mit dem Spirit of Belron®

Pandemiebedingt konnte die „Spirit of Belron® Challenge“ im Berichtszeitraum nicht wie gewohnt stattfinden. Normalerweise reisen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Familienangehörigen, mit Freundinnen und Freunden aus der ganzen Welt nach England, um sich gemeinsam bei verschiedenen Lauf- oder Triathlon-Wettkämpfen sportlich zu

betätigen und Spenden zu generieren. Stattdessen wurden 2020 und 2021 kontaktlose Wege genutzt, aktiv zu werden. Die „Spirit of Belron® Challenge“ wurde als virtuelles Event ausgerichtet, bei dem Menschen auf der ganzen Welt über mehrere Tage, verbunden über eine Smartphone-App, gemeinsam Sport treiben konnten. In Deutschland wurden zu diesem Anlass 12- und 24-Stunden-Fahrrad-Challenges organisiert. So konnten in beiden Jahren mehrere Hundert Beschäftigte mit ihrer Teilnahme zur Spendensammlung für Afrika Tikkun beitragen. Insgesamt konnte die gesamte Belron®-Gruppe in den beiden Jahren über vier Millionen Euro Spenden an die Organisation übergeben.

### Engagement beim „RTL-Spendenmarathon“

2021 haben wir uns durch die Teilnahme eines Teams aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Rahmen des „RTL-Spendenmarathons“ engagiert und die Förderprojekte der „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“ unterstützt. Ein 21-köpfiges Carglass®-Team absolvierte 24 Stunden lang den „Joey Kelly Quadrathlon“ – einen Mix aus vier Sportarten – und leistete dadurch einen zusätzlichen Beitrag zur Spendensumme des „RTL-Spendenmarathons“. GIVING BACK spendete 240.000 Euro zweckgebunden für Afrika Tikkun an die „Stiftung

RTL – Wir helfen Kindern e.V.“. Durch Spenden des Fernsehpublikums konnte dieser Betrag noch angehoben werden, so dass in Summe eine Förderung in Höhe von 340.000 Euro an die südafrikanische Organisation überwiesen wurde (> Seite 94).

### Fortsetzung der Unterstützung für Pänzilvania und Joblinge

Auch die Projekte Pänzilvania und Joblinge haben wir im Berichtszeitraum weiter gefördert. Pänzilvania auf der Station B3 des Kölner Kinderkrankenhauses Amsterdamer Straße unterstützt chronisch kranke Kinder und ihre Familien beim Umgang mit der jeweiligen Erkrankung und erhält von GIVING BACK jährlich Spenden in Höhe von mindestens 20.000 Euro.

Weiterhin unterstützt die Stiftung zudem die Kölner Bildungsinitiative Joblinge gAG, die unter anderem durch die Arbeit freiwilliger Mentorinnen und Mentoren gering qualifizierten, arbeitslosen Jugendlichen den Berufseinstieg erleichtert. Von den 7.500 jungen Menschen, die in den letzten zehn Jahren am Programm teilnahmen, konnten 75 Prozent eine Ausbildung beginnen. Um zu diesem Erfolg beizutragen, haben wir Joblinge im Berichtszeitraum mit Spenden in Höhe von 40.000 Euro unterstützt.



Seit 2021 unterstützen wir den RTL-Spendenmarathon, um mit Hilfe des Fernsehpublikums anderen Menschen etwas zurückzugeben.



### SPENDENVERGABE

	2019	2020	2021
Afrika Tikkun	74,69 %	68,34 %	82,61%*
Kinderkrankenhaus Amsterdamer Straße	7,68 %	6,48 %	6,95 %
Joblinge	6,77 %	6,48 %	4,85 %
BEPA & People Awards	5,29 %	3,03 %	3,03 %
Hochwasser-Unterstützung	0 %	0 %	2,50 %
Kontoführungskosten	0,17 %	0,15 %	0,06 %
Regionale Förderprojekte	0,74 %	0,12 %	0 %
Sonstige Unterstützungen	4,66 %	15,40 %	0 %

\* Bei diesem Wert ist die Summe von 340.000 Euro enthalten, die zum Spendenaufkommen 2021 zählt, jedoch durch eine Rechnungsverzögerung erst 2022 an Afrika Tikkun geflossen ist.

# ÜBER DIESEN BERICHT



Dies ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht der Carglass GmbH. Er definiert, wie wir Nachhaltigkeit verstehen und umsetzen, beschreibt unsere Nachhaltigkeitsstrategie und macht unsere Zielsetzungen und Fortschritte transparent, die wir im Rahmen unserer CSR-Roadmap 2025 aufgestellt und umgesetzt haben.

Der Bericht deckt die Geschäftsjahre 2020 und 2021, also den Zeitraum vom 01.01.2020 bis zum 31.12.2021, ab. Redaktionsschluss war der 21.12.2022. Unsere ersten beiden Nachhaltigkeitsberichte wurden 2018 und 2021, für die Geschäftsjahre 2017 sowie 2018 und 2019, veröffentlicht. Sie sind online unter [www.carglass.de/nachhaltigkeitsbericht](http://www.carglass.de/nachhaltigkeitsbericht) abrufbar.

Dieser Bericht wurde nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Er verweist auf deren neuen Universal Standards (GRI 1 Grundlagen 2021, GRI 2 Allgemeine Angaben 2021, GRI 3 Wesentliche Themen 2021) und die Aktualisierungen der Standards zu Abfall (306, 2020) sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (403, 2018).

Wir zeigen in einem Leistungsteil gemäß GRI in fünf Kapiteln unser Verständnis für Nachhaltigkeit auf, indem wir im Kapitel „Nachhaltige Unternehmens-

führung“ unsere übergeordnete Nachhaltigkeitsstrategie vorstellen und entlang der Handlungsfelder „Lieferkette und Kundenservice“, „Mensch“, „Umwelt“ und „Gesellschaftliches Engagement“ unsere Nachhaltigkeitsschwerpunkte vorstellen. Zudem liefert ein vorangestellter Magazinteil einen Überblick über diese Handlungsfelder. Bei der Festlegung der einzelnen Inhalte haben wir uns an den Anregungen unserer Anspruchsgruppen und der Expertise einer externen Nachhaltigkeitsberatung orientiert.

Bei der Erfassung der Daten wurde eine bereichsspezifische Software genutzt. Bei Additionen können aufgrund von Rundungen Abweichungen auftreten.

Die Carglass GmbH unterhält ausschließlich Standorte in Deutschland. Sofern nicht anders angegeben, gelten die Angaben in diesem Bericht für alle diese Standorte.

Diese Unternehmensmeldung enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf bestimmten Annahmen, Erwartungen und Ansichten des Managements der Carglass GmbH beruhen. Sie unterliegen daher einer Reihe von bekannten oder nicht bekannten Risiken und Ungewissheiten. Eine Vielzahl von Faktoren, von denen zahlreiche außerhalb des Ein-

flussbereichs von Carglass® stehen, beeinflussen die Geschäftsaktivitäten, die Geschäftsstrategie, die Ergebnisse, die Leistungen und die Erfolge von Carglass®. Diese Faktoren und die tatsächlichen Entwicklungen können dazu führen, dass die Ergebnisse, Leistungen und Erfolge der Gesellschaft wesentlich von den Angaben abweichen, die in den zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit genannt sind.

Carglass® garantiert nicht, dass die den zukunftsgerichteten Aussagen zugrunde liegenden Annahmen frei von Irrtümern sind, und übernimmt dementsprechend keinerlei Gewähr dafür, dass diese so eintreten wie dargestellt. Carglass® über-

nimmt ferner keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder bei einer anderen als der erwarteten Entwicklung zu korrigieren. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht erscheint voraussichtlich 2024. Sie wollen uns Feedback geben oder haben Fragen zu unserem Bericht? Bitte wenden Sie sich an:

**Leonardo Quintero Stollwerck,**  
**Referent Corporate Social Responsibility**

**[l.quinterostollwerck@carglass.de](mailto:l.quinterostollwerck@carglass.de) oder**  
**[verantwortung@carglass.de](mailto:verantwortung@carglass.de)**

## CARGLASS.DE/ NACHHALTIGKEITSBERICHT

**Wir bei Carglass® wollen mit unserem Engagement auch in Zukunft den Unterschied machen – für unsere Kundinnen und Kunden, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für unsere Geschäftspartner und -partnerinnen sowie für unsere Umwelt und Gesellschaft. So entspricht es unserem Selbstverständnis, so leben wir den Carglass®-Spirit seit der Gründung unseres Unternehmens. Mit weniger wären wir auch nicht zufrieden. Deshalb gehen wir unseren Weg zu mehr Nachhaltigkeit konsequent weiter und setzen uns immer wieder neue, ehrgeizige Ziele.**

**Wir machen den Unterschied, heute und in Zukunft!**

# GRI-INHALTSINDEX

<b>Verwendungserklärung</b>	Die Carglass GmbH berichtet die in diesem GRI-Inhaltsindex genannten Informationen für den Zeitraum 01.01.2020 bis zum 31.12.2021 mit Verweis auf die GRI-Standards.
<b>Verwendeter GRI 1</b>	Grundlagen 2021
<b>Anwendbare(r) GRI Sektor Standard(s)</b>	keine

GRI-Standard und Angaben		Verweis (Seite) bzw. Kommentar	UNGC Prinzip
<b>GRI 2</b>	<b>Allgemeine Angaben 2021</b>		
	<b>Die Organisation und ihre Berichterstattung</b>		
2-1	Details zur Organisation	6-7	
2-2	In der Nachhaltigkeitsberichterstattung enthaltene Entitäten	In der Carglass GmbH sind keine weiteren Unternehmen konsolidiert.	
2-3	Berichtszeitraum, Berichtszyklus und Ansprechpartner	98-99	
2-4	Neudarstellung von Informationen	98-99; Die Kennzahlen zum Erdgasverbrauch wurden korrigiert im Vergleich zum letzten Bericht	
2-5	Externe Prüfung	Es hat keine Prüfung durch einen externen Wirtschaftsprüfer stattgefunden.	
	<b>Aktivitäten und Beschäftigte</b>		
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	6-7, 46-47	
2-7	Angestellte	7, 59-60	
2-8	Beschäftigte, die keine Angestellten sind	59-60	
	<b>Unternehmensführung</b>		
2-9	Managementstruktur und -zusammensetzung	26-27, 34-35; Informationen zu unserem Management finden Sie auf unserer Website: <a href="https://www.carglass.de/unternehmen/geschaeftsleitung">https://www.carglass.de/unternehmen/geschaeftsleitung</a> .	1-10
2-10	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	34-35	
2-11	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	34-35	
2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der bei der Aufsicht über das Management von Auswirkungen	34-35	
2-13	Delegation der Verantwortlichkeiten über das Management von Auswirkungen	34-35	
2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	34-35	
2-15	Interessenkonflikte	40	1, 10
2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	40, 42	

GRI-Standard und Angaben		Verweis (Seite) bzw. Kommentar	UNGC Prinzip
2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	34-35	
2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	34-35	
2-19	Vergütungspolitik	56-57, 74	6
2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	74	6
	<b>Strategie, Politiken und Praktiken</b>		
2-22	Erklärung zur Bedeutung und Strategie einer Nachhaltigen Entwicklung	4-5	1-10
2-23	Grundsätze der Unternehmensverantwortung	26-27, 34-35, 38, 46-47	1-10
2-24	Umsetzung von Grundsätzen der Unternehmensverantwortung	34-35, 38-43, 46-53	1-10
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	36, 39, 48-49	1, 10
2-26	Verfahren zu Beratung und Äußerung von Bedenken	42	
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften	41, 42-43	1, 10
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden	37	
	<b>Einbindung von Stakeholdern</b>		
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	37	
2-30	Kollektivvereinbarungen	58; Carglass® hat keine Tarifverträge geschlossen.	
	<b>GRI 3 Wesentliche Themen 2021</b>		
3-1	Vorgehen zur Bestimmung der wesentlichen Themen	36	
3-2	Liste der wesentlichen Themen	36	
	<b>GRI 202 Marktpräsenz 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	74	
202-1	Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn	59-60, 74	
	<b>GRI 204 Beschaffungspraktiken 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	46-47	
204-1	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	47	
	<b>GRI 205 Korruptionsbekämpfung 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	38-39	1, 10
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	40-41	1, 10
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	39	1, 10
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	39-41	1, 10
	<b>GRI 206 Wettbewerbswidriges Verhalten 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	34-35, 38	
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	40	
	<b>GRI 301 Materialien 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	46-47, 84-85	7

GRI-Standard und Angaben	Verweis (Seite) bzw. Kommentar	UNGC Prinzip	
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	50, 86	7
<b>GRI 302</b>	<b>Energie 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	78-79	7-9
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	82	7-9
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	82	7-9
<b>GRI 305</b>	<b>Emissionen 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	78-79, 81	7-8
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	81	7-8
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	81	7-8
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	81	7-8
<b>GRI 306</b>	<b>Abwasser und Abfall 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	78-79, 85, 88	7-8
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	89	7-8
<b>GRI 308</b>	<b>Supplier Environmental Assessment 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	46-47	8-9
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	48-50	8-9
<b>GRI 401</b>	<b>Beschäftigung 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	56-57	
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	60	
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	60, 74	
401-3	Elternzeit	75	
<b>GRI 402</b>	<b>Arbeitnehmer- Arbeitgeber- Verhältnis 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	56-57	
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	60	
<b>GRI 403</b>	<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	56-57, 67	
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	66-69	
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	67-69	
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	67-70	
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	68-70	
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	68-70	
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	69-70	

GRI-Standard und Angaben	Verweis (Seite) bzw. Kommentar	UNGC Prinzip	
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	67-68	
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	67	
<b>GRI 404</b>	<b>Aus- und Weiterbildung 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	56-57, 63	
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	63	
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	63	
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	65-66	
<b>GRI 405</b>	<b>Diversität und Chancengleichheit 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	56-57, 71-72	6
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	73	6
<b>GRI 406</b>	<b>Nichtdiskriminierung 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	41, 56-57, 71	1-2, 6
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	42, 71	1-2, 6
<b>GRI 407</b>	<b>Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	38, 41, 46-47	3
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	41, 48-50	3
<b>GRI 408</b>	<b>Kinderarbeit 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	38, 41, 46-47	1-2, 5
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	41, 48-50	1-2, 5
<b>GRI 409</b>	<b>Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	38, 41, 46-47	1-2, 4
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	41, 48-50	1-2, 4
<b>GRI 413</b>	<b>Lokale Gemeinschaften 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	46-47, 92-93	
413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	95-97	
<b>GRI 414</b>	<b>Soziale Bewertung der Lieferanten 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	46-47	1-2
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	48-50	1-2
<b>GRI 415</b>	<b>Politische Einflussnahme 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	92-93	

GRI-Standard und Angaben		Verweis (Seite) bzw. Kommentar	UNGC Prinzip
415-1	Parteispenden	93	
<b>GRI 416</b>	<b>Kundengesundheit und -sicherheit 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	51	
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	51-53	
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	51	
<b>GRI 418</b>	<b>Schutz der Kundendaten 2016</b>		
3-3	Management der wesentlichen Themen	38, 42-43	
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	43	

#### Impressum

Herausgeber/Copyright:  
Carglass GmbH  
Godorfer Hauptstraße 175  
50997 Köln

Beratung und Redaktion:  
Accenture GmbH  
Kronberg im Taunus

Gestaltung:  
Büro61 GmbH  
Berrenrather Straße 188b  
50937 Köln

Veröffentlicht am 28.02.2023  
Druckauflage: 200 Stück

