

# Nachhaltigkeitsbericht

AMAG Group AG

20  
22

amag



**Wir machen  
vorwärts.**

# Inhalt

**5**      **01 Einführung**

**6**      Editorial

**10**     Die AMAG Gruppe im Überblick

**12**     Nachhaltigkeitsstrategie

**19**      **Gelebte Nachhaltigkeit**

**20**      **02 Net Zero**

**26**      **03 Engage**

**32**      **04 Fairplay**

**38**      **Facts**

**39**      Net Zero

**40**      Engage

**41**      Fairplay

<b>43</b>	<b>05 KPI-Bericht nach GRI</b>
<b>48</b>	GRI 2 Allgemeine Angaben 2021
<b>62</b>	GRI 3 Wesentlichkeitsanalyse und Liste der wesentlichen Themen
<b>63</b>	GRI 302 Energie
<b>65</b>	GRI 305 Emissionen
<b>70</b>	GRI 306 Abfall
<b>72</b>	GRI 404 Aus- und Weiterbildung
<b>76</b>	GRI 405 Diversität und Chancengleichheit
<b>79</b>	GRI 206 Compliance
<b>82</b>	GRI 403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
<b>89</b>	GRI 418 Schutz der Kundendaten

**Exklusiv auf amag.report**

In der Onlineversion unseres Berichts erhalten Sie weitere spannende Einblicke in unsere Unternehmensaktivitäten.



# EINFÜHRUNG

01

# Editorial



Martin Haefner, Verwaltungsratspräsident, und Helmut Ruhl, CEO  
AMAG Group AG

**«Es freut uns besonders, dass es uns letztes  
Jahr gelungen ist, unsere Kundinnen und  
Kunden für Elektromobilität zu bewegen  
und zu begeistern.»**

Wir meinen Nachhaltigkeit ernst – und wir packen sie an. Seit letztem Jahr informieren wir detailliert über unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Mit dieser durchgängigen Transparenz wollen wir auch andere Unternehmen anspornen, ihre Geschäftsmodelle nachhaltig um- und auszubauen. Im aktuellen Bericht zum Jahr 2022 zeigen wir, dass Nachhaltigkeit keine Hürde sein muss, sondern die Basis für neue Ideen, für neue Lösungen, für die Geschäftsmodelle von morgen im Interesse unserer Kundinnen und Kunden.

Nachhaltigkeit kommunizieren wir auch nach innen: Im Sommer 2022 haben wir mit allen unseren Mitarbeitenden und ihren Familien an einem «Family Day» auf unsere erfolgreiche 77-jährige Geschichte geblickt und den Grundstein für unsere Zukunft gelegt. Mit rund 770 Lernenden und 7300 Mitarbeitenden sind wir uns unserer wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Verantwortung bewusst. Wir sehen die Notwendigkeit des Wandels und entwickeln unser Geschäft hin zu einer nachhaltigen individuellen Mobilität. Dies im Wissen um den wichtigen Beitrag, den die AMAG zur Erreichung der Schweizer Nachhaltigkeitsziele leisten kann. Wir übernehmen Verantwortung – mit Unternehmertum, Technologie, Innovation und mit dem Willen, unsere Zukunft zu gestalten.

Im vergangenen Jahr konnten wir mit der Übernahme von Helion, dem grössten Photovoltaikinstallateur und Energiepionier der Schweiz, der Umsetzung unserer Vision einen grossen Schritt näherkommen. Wir beabsichtigen, bis ins Jahr 2030 rund 70 Prozent und deutlich vor 2040 nahezu 100 Prozent batterieelektrische Fahrzeuge zu vermarkten. Mit Helion und weiteren Partnern wollen wir den dafür benötigten Strom zusätzlich produzieren. Durch unsere Beteiligung an Synhelion, einem Schweizer ETH-Spin-off, unterstützen wir die Industrialisierung von CO<sub>2</sub>-armen «e-fuels», um über unseren eigenen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck hinaus Wirkung zu erzielen. Weltweit existieren 1,3 Milliarden Personenwagen mit Verbrennerantrieb, bis diese alle – wenn überhaupt – elektrifiziert sind, wird es Jahrzehnte dauern. Hier kann Schweizer Spitzentechnologie wie die von Synhelion positive ökologische und soziale Auswirkungen haben. Und durch einen langfristigen «Direct Air Capturing»-Vertrag mit Climevents nutzen wir eine weitere vielversprechende Schweizer Technologie zur Erreichung unserer Klimaziele.

Es freut uns besonders, dass es uns letztes Jahr gelungen ist, unsere Kundinnen und Kunden für Elektromobilität zu bewegen und zu begeistern: Der Škoda Enyaq iV, der Audi Q4 e-tron und der VW id.BUZZ wurden 2022 zu den beliebtesten Schweizer Fahrzeugen gewählt. All unser Nachhaltigkeitsbestreben macht schliesslich nur dann Sinn, wenn es bei unserer Kundschaft auch auf Interesse stösst. Um uns zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller

Mobilität zu entwickeln, bieten wir neben attraktiven Fahrzeugen weitere moderne Mobilitäts- und Energielösungen: Unsere Finanzdienstleistungstochter AMAG Leasing AG ermöglicht Firmenkunden die Finanzierung von Photovoltaikanlagen, mit allride unterstützen wir ressourcenschonende Mobilitätskonzepte für Firmen und Areale und mit Microlino vertreiben wir neu ein platzsparendes, elektrisches Stadtfahrzeug. Unser neues Geschäftsfeld «AMAG Energy & Mobility» unterstützt den Aufbau von Ladeinfrastruktur, an unseren eigenen Retail-Standorten bauen wir ein Schnellladenetzenzwerk und aus den ersten unserer Parkhäuser wurden im vergangenen Jahr Ladehäuser. Zudem werden unsere Privatkundinnen und -kunden im Bereich der Elektromobilität zukünftig alles aus einer Hand erhalten können, einschliesslich der Möglichkeit, auf ihrem eigenen Dach Strom zu produzieren.

Bis 2040 wollen wir einen klimaneutralen Fussabdruck erreichen. In der Umsetzung sind wir offen für Partnerschaften mit anderen Mobilitätsanbietern oder Energieversorgungsunternehmen, für Kooperationen mit Banken und interessiert an innovativen Finanzierungsformen. Schon heute arbeiten wir mit den Topuniversitäten und -forschungsinstituten der Schweiz, stehen im Austausch mit Gemeinden, Städten und Kantonen.

Seit zehn Jahren ehrt die AMAG mit dem von ihr ins Leben gerufenen «Family Business Award» nachhaltige Unternehmen. Mit Unterstützung des «Center for Corporate Responsibility and Sustainability» der Universität Fribourg werden besonders verantwortungsbewusste und unternehmerisch nachhaltige Familienunternehmen aus der Schweiz ausgezeichnet, die über mehrere Generationen erfolgreich sind. Im Jahr 2023 wollen wir den Austausch mit besonders nachhaltigen Unternehmen weiter intensivieren. Wir denken, es ist an der Zeit, den Wandel zu beschleunigen, mit Unternehmen, die vorwärts machen wollen, und wir sind überzeugt: Gemeinsam geht es noch schneller.



Martin Haefner  
Verwaltungsratspräsident



Helmut Ruhl  
CEO

«Wir zeigen, dass Nachhaltigkeit keine Hürde sein muss, sondern die Basis für neue Ideen und neue Lösungen.»

# Die AMAG Gruppe im Überblick

Die **AMAG Group AG** ist die führende Schweizer Anbieterin für nachhaltige individuelle Mobilität und führt folgende Tochtergesellschaften:

Die **AMAG Import AG** importiert und vertreibt die Marken Volkswagen, Audi, SEAT, CUPRA, Škoda und VW Nutzfahrzeuge über das mit mehr als 450 Händlern und Servicepartnern grösste Vertreternetz der Schweiz. Der Bereich AMAG Import unterhält zudem einen Kundendienst, der die Händler und Servicepartner fachlich unterstützt und markenspezifischen sowie übergreifenden Support bietet. Mit einem modernen Schulungszentrum hält die AMAG Import AG alle Mitarbeitenden der gesamten Organisation auf dem aktuellen Wissensstand, sowohl in technischen Belangen als auch in Fragen rund um Verkauf und Kundenorientierung.

Die **AMAG Automobil und Motoren AG** verfügt mit ihren über 80 AMAG Retail Garagen über das grösste Händlernetz der Schweiz. Die AMAG Retail Garagenbetriebe garantieren ihren Kundinnen und Kunden eine flächendeckende Betreuung auf höchstem Standard. Das Dienstleistungsangebot der AMAG Retail Garagen umfasst Verkauf, Reparatur und Serviceleistungen. Weiter pflegen die AMAG Retail Garagen Kooperationen mit der AMAG Leasing AG und der Volkswagen Financial Services Schweiz AG im Bereich Leasing und Motorfahrzeugversicherungen.

Die **AMAG Leasing AG** bietet Finanzierungslösungen für Privatpersonen und Unternehmen. Leasing ist eine populäre Finanzierungsform und für viele Menschen der beste Weg, sich ihre Mobilitätssträume zu erfüllen. Die AMAG Leasing AG achtet darauf, dass die Verträge für die Kundinnen und Kunden finanziell tragbar sind.

Im 2022 neu gegründeten Bereich **AMAG Energy & Mobility** bündelt die AMAG Gruppe alle Angebote rund um Energie, Laden und E-Mobilität. Mit Clyde (Anbieter von E-Auto-Abos inklusive nachhaltigen Stroms), Volton (Anbieter von Green Engineering und Ladelösungen) und Helion (Installation von Photovoltaik, Wärmepumpen, Ladestationen und Speicherlösungen) unterstützt die AMAG Energy & Mobility ihre Kundinnen und Kunden mit einem Rundum-Service-Paket für nachhaltige Mobilität und Energiemanagementlösungen.

Die **AMAG First AG** erfüllt als grösste Porsche Handelsorganisation in insgesamt sechs Porsche Zentren die Träume ihrer Kundinnen und Kunden. Die AMAG First AG steht für Premiumqualität und erstklassigen Service.

Die **AMAG Services AG** besitzt die Schweizer Lizenz von Europcar und ubeeqo und ist mit mehr als 80 Stationen die Nr. 1 im Mietwagengeschäft. Getreu ihrem Credo «happy to help» sorgt Europcar Schweiz für uneingeschränkte Mobilität. Dabei geht das Dienstleistungsspektrum weit über die herkömmliche Autovermietung hinaus. Es umfasst auch Valet Parking an Flughäfen und Chauffeurdienste, die ihre Kundinnen und Kunden komfortabel und stressfrei an ihr Ziel bringen.

Die **AMAG Parking AG** deckt mit mehreren öffentlichen Parkhäusern an zentralsten Lagen in Zürich, Bern, Schaffhausen, Olten und Cham weitere Facetten der Mobilität ab.

Die **mobilog AG** ist das neue Kompetenzzentrum für Fahrzeug- und Teilelogistik. Als führender Schweizer Anbieter für Logistikaufgaben im Automobilbereich verfügt die mobilog AG über ein breites Netzwerk in allen Regionen. Ausreichende Kapazitäten und langjährige Erfahrung im Logistikbereich gewährleisten ein hohes Mass an Flexibilität, um die Mobilitätsbedürfnisse der Kundschaft immer und überall zu gewährleisten.

Die AMAG Gruppe betreibt zudem ein **Innovation & Venture LAB**, das in den Themenbereichen «Smart City», «Mobility as a Service» und «Connected & Autonomous Car» neue, eigenständige Geschäftsmodelle entwickelt und pilotiert und in zukunftssträchtige Start-ups investiert.

Der **Verwaltungsrat** der AMAG Group AG besteht aus sechs nichtexekutiven Mitgliedern. Sie gehörten vorher nicht der Konzernleitung oder dem Management der AMAG Gruppe an. Diese sind Martin Haefner (Präsident), Josef Felder (Vizepräsident), Raymond Bär, Anita Hauser, Peter Widmer und Christoph Brand.

Die **Gruppenleitung** der AMAG Group AG ist das dem Verwaltungsrat untergeordnete Organ und besteht aus Helmut Ruhl (CEO) und Martin Meyer (CFO). Die Geschäftsführung besteht aus der Gruppenleitung sowie Mathias Gabler (AMAG Automobil und Motoren AG), Nicole Pauli (AMAG Leasing AG, seit 1.1.2022), Olivier Wittmann (AMAG Import AG), Martin Everts (AMAG Energy & Mobility), Beat Jaeggi (mobilog AG), Hendrik Lütjens (AMAG Services AG und AMAG Parking AG), Adriano Rossi (AMAG First AG), Philipp Wetzel (Innovation & Venture LAB), Lorenz Aebersold (Legal & Compliance), Anja Bates (Group Human Resources), Dino Graf (Group Communication) und Thomas Sauer (CIO und CDO).

## Wording in diesem Bericht

Um die Lesbarkeit dieses Nachhaltigkeitsberichtes zu erhöhen, wird die AMAG Group AG oder AMAG Gruppe in der Folge hauptsächlich als AMAG bezeichnet.

# Klare Strategie in Zeiten des Wandels

**Globale Herausforderungen wie der Klimawandel und die Zunahme von sozialen Konflikten erfordern neue Lösungen. Die AMAG übernimmt Verantwortung und engagiert sich für eine nachhaltige Mobilitätslandschaft in der Schweiz, indem sie neue Lösungen entwickelt und sich als ganzheitliche Mobilitätsdienstleisterin versteht. Um zukünftig nachhaltig und wirtschaftlich erfolgreich zu sein, braucht es eine starke Vision und den Mut, daran festzuhalten.**

Die Mobilität von morgen muss nachhaltig sein und zudem umfassendere Bedürfnisse von Konsumentinnen und Konsumenten erfüllen. Wir als AMAG wollen mit wirkungsvollen Lösungen die Mobilitätslandschaft der Schweiz an die Erfordernisse des Klimawandels anpassen. Als starke Partnerin für unsere Kundschaft arbeiten wir mit einer klaren Strategie an der Umsetzung dieses Ziels und richten unsere Ressourcen dafür an fünf zentralen Strategieschwerpunkten aus. Neben «Nachhaltigkeit» sind dies unser «Geschäft», unsere «Kunden», die «Digitalisierung» und unsere «Kultur». Durch das Zusammenspiel aller fünf Schwerpunkte wollen wir einen Unterschied machen.

## Unsere Vision: Wir wollen uns zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller Mobilität entwickeln.

### Mit Lösungen und Angeboten überzeugen

In unserem Geschäft gehen wir neue Wege und nutzen dabei unsere langjährige Erfahrung im Import, im Verkauf, in der Finanzierung, in der Vermietung sowie in der Wartung und Logistik von Fahrzeugen. Diese Erfolgsposition wollen



Microlino – Erweiterung in Richtung Mikromobilität und konsequente Umsetzung der AMAG Nachhaltigkeitsstrategie.

wir weiter ausbauen. Gleichzeitig entwickeln wir neue Lösungen und stellen Angebote für eine zukunftsorientierte Mobilität bereit:

- Ökologisch, einerseits durch den Ausbau von Elektromobilität, Strom aus erneuerbaren Energien und Investitionen in die Ladeinfrastruktur der Schweiz, andererseits mit Investitionen in die Forschung, Entwicklung und Produktion synthetischer Treibstoffe.
- Individuell, durch flexible Abo-Angebote oder die erweiterten Leasingangebote von E-Bikes und die Finanzierung von Photovoltaikanlagen.
- Unabhängig, durch Sharing von Zwei-, Drei- und Vierradangeboten in Arealen und für Firmen sowie innovativ durch neue Fahrzeuge wie den Microlino oder autonom fahrende Lösungen mit unseren Partnerschaften mit Holo, Kopernikus und Loxo. Kurz: Wir denken Mobilität ganzheitlich und nachhaltig.

### **Elektromobilität ganzheitlich gedacht**

2022 wurde die Firma Helion, die führende Schweizer Anbieterin nachhaltiger Energielösungen, übernommen und in die neue Geschäftseinheit AMAG Energy & Mobility integriert. Darin bündelt die AMAG Gruppe ihre Aktivitäten rund um Energie, Laden und E-Mobilität. Das Geschäftsfeld umfasst das Ökosystem rund um Elektromobilität, Ladelösungen und das umfassende Angebot rund um Photovoltaik, Wärmepumpen und Ladeinfrastruktur.

## **Digitalisierung und Kultur als Basis für nachhaltige Beziehungen**

Unsere Mobilitätsangebote wollen wir einfach und sicher zugänglich machen. Um den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden zu entsprechen, ist die Digitalisierung ein zentrales Instrument. Mit Angeboten wie der AMAG App oder dem Projekt «Sofa», der Möglichkeit, Leasingverträge bequem von zuhause aus abzuschliessen, ermöglichen wir eine nahtlose sowie zeitlich unabhängige Customer-Journey.

## **Zentral bei allen internen Veränderungen ist, die Mitarbeitenden zu ermutigen und zu befähigen.**

Die Digitalisierung wird dazu beitragen, interne Prozesse zu vereinfachen, Abläufe zu beschleunigen und damit die Effizienz für unsere Kundschaft und unser Unternehmen zu steigern. Im Geschäftsjahr 2022 haben wir dazu unsere Digitalisierungsreife gemessen und mit neuen Formaten wie der «Powerplattform» oder den Digital Coaches bereits erste Massnahmen umgesetzt. Zentral bei allen internen Veränderungen ist, die Mitarbeitenden zu ermutigen, zu befähigen und ein gutes Verständnis dafür zu vermitteln, was unsere Rolle ist, um den Mobilitätswandel voranzutreiben und unsere Vision zu erreichen. 2022 wurden alle AMAG Mitarbeitenden mit dem «AMAG Family Day» in Interlaken überrascht. Dieses Wochenendtreffen bot Gelegenheit, den Menschen den AMAG Purpose näherzubringen, der auch Nachhaltigkeit als Sinn und Zweck des Unternehmens definiert.

Als Unternehmen mit jahrzehntelanger Schweizer Tradition ist die AMAG eine starke und verlässliche Partnerin des Schweizer Arbeitsmarktes und will auch zukünftig eine attraktive Arbeitgeberin bleiben. Wir fördern deshalb eine offene Unternehmenskultur, in der sich alle Mitarbeitenden entwickeln können. Die Aus- und Weiterbildung hat einen bedeutenden Stellenwert bei der AMAG. Mit rund 770 Lernenden setzen wir als Ausbilderin in unserem Land Massstäbe. Unsere Investitionen in die Zukunft zeigen wir auch mit der AMAG Academy, die uns ermöglicht, unsere Reparaturbetriebe wie auch unser Händlernetz konstant aus- und weiterzubilden. Aktuell entsteht zudem in Lupfig ein Neubau, um die Academy für die veränderten Lernbedürfnisse bereit zu machen.

## CO<sub>2</sub> reduzieren als wichtigstes Ziel

Die AMAG übernimmt entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette Verantwortung. Neben der Entwicklung von nachhaltigen und individuellen Mobilitätsangeboten haben wir uns klare und ambitionierte Klimaziele gesetzt, um Emissionen im Einkauf, im Betrieb und in unseren Prozessen zu reduzieren. Bis 2025 wollen wir 30 Prozent aller Emissionen durch eigene Massnahmen reduzieren und diesen Reduktionspfad bis 2040 auf 90 Prozent Reduktion aller Scope-1-, -2- und -3-Emissionen ausbauen. Massnahmen wie energetische Sanierungen, Heizungsersatzbauten und der konsequente Ausbau von Photovoltaik sind wichtige Hebel. Darüber hinaus setzen wir auch bei unserer eigenen Flotte auf Elektrofahrzeuge und den Ausbau unserer Ladeinfrastruktur. Am Hauptstandort in Cham sind bereits 156 Parkplätze mit einer Ladestation ausgestattet. Wir setzen damit ein Zukunftssignal: Aus Parkhäusern müssen Ladehäuser werden, darum hat die AMAG Parking AG begonnen, ihre öffentlichen Parkhäuser entsprechend umzubauen.

### Reduzieren, eliminieren, wenn nötig kompensieren

Die langfristige Partnerschaft mit Climeworks zum Eliminieren von nicht vermeidbaren und historischen CO<sub>2</sub>-Emissionen ist ein wichtiger Meilenstein in den Nachhaltigkeitsbestrebungen der AMAG.



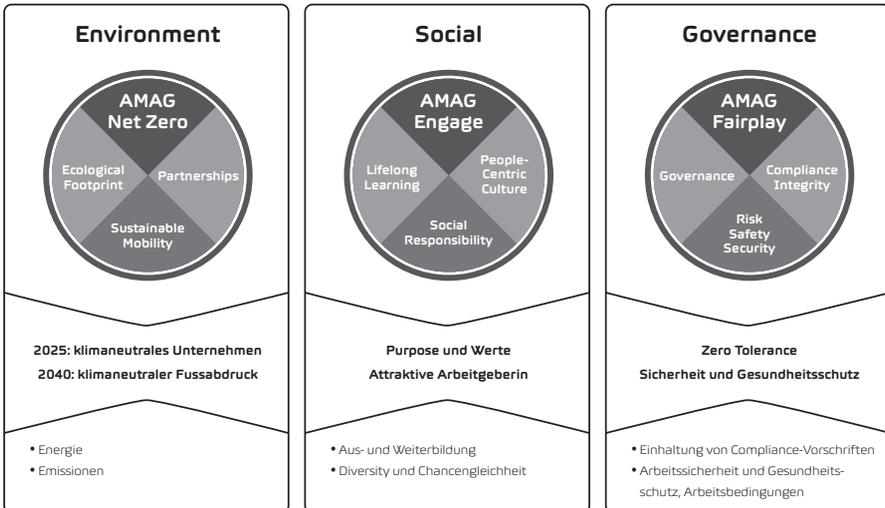
Erfahren Sie mehr, indem Sie  
den QR-Code scannen

Als Steuerungsinstrument haben wir einen internen CO<sub>2</sub>-Preis von 120 Franken pro Tonne CO<sub>2</sub> festgelegt, der in die Prüfung aller Immobilienprojekte und Business-Case-Berechnungen einfließt. Die Einnahmen fließen in unseren Klimafonds, mit dem die AMAG Schweizer Start-ups unterstützt, die Technologien oder Geschäftsmodelle zur Dekarbonisierung der Mobilität entwickeln. Zur Senkung von Emissionen in unserer Lieferkette arbeiten wir fokussiert an den Themen Abfall, Transport und Einkauf.

# Nachhaltigkeit – unser ganzheitlicher Ansatz

Die AMAG übernimmt Verantwortung – nicht nur für ökologische, sondern auch für gesellschaftliche Themen. Eine Geschäftsführung nach ethischen Standards und unter strikter Einhaltung aller regulatorischen Vorgaben ist dafür die Basis.

In drei Fokusbereichen setzen wir diese Verantwortung aktiv und gemäss dem Prinzip der Wesentlichkeit um. Mit AMAG Net Zero bündeln wir alle Aktivitäten zur Einsparung von CO<sub>2</sub> und den Ausbau nachhaltiger Mobilitätsdienstleistungen. AMAG Engage vereint alle Initiativen und Engagements für die Gesellschaft, unsere Mitarbeitenden und unsere Kundinnen und Kunden. AMAG Fairplay umfasst alle Massnahmen in den Bereichen Governance und Risikomanagement, aber auch unser Engagement zum Aufbau einer starken Cyberresilienz und zur Förderung und Einhaltung von höchsten Sicherheits- und Gesundheitsstandards.



## Nachhaltig Mehrwert schaffen

Unser Engagement unterstützt die nationale und internationale Agenda in puncto Nachhaltigkeit. Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen sind der globale Aktionsplan zur Lösung von aktuellen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Herausforderungen unserer Zeit. Bis 2030 sollen damit weltweit eine intakte Umwelt, Wohlstand und Frieden ermöglicht werden. Die Schweiz hat die UN-Ziele in der Strategie des Bundes für eine nachhaltige Entwicklung verankert und drei Schwerpunkte gesetzt: «Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion», «Klima, Energie und Biodiversität» sowie «Chancengleichheit und soziale Zusammenarbeit». Für eine erfolgreiche Umsetzung ist der Bund auf die Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Kantonen, Gemeinden und Zivilgesellschaft angewiesen. Mit unserem Engagement leisten wir einen direkten Beitrag zu sechs der 17 SDGs. Durch das Kerngeschäft der AMAG im Automobilssektor sehen wir aktuell unseren grössten Hebel im

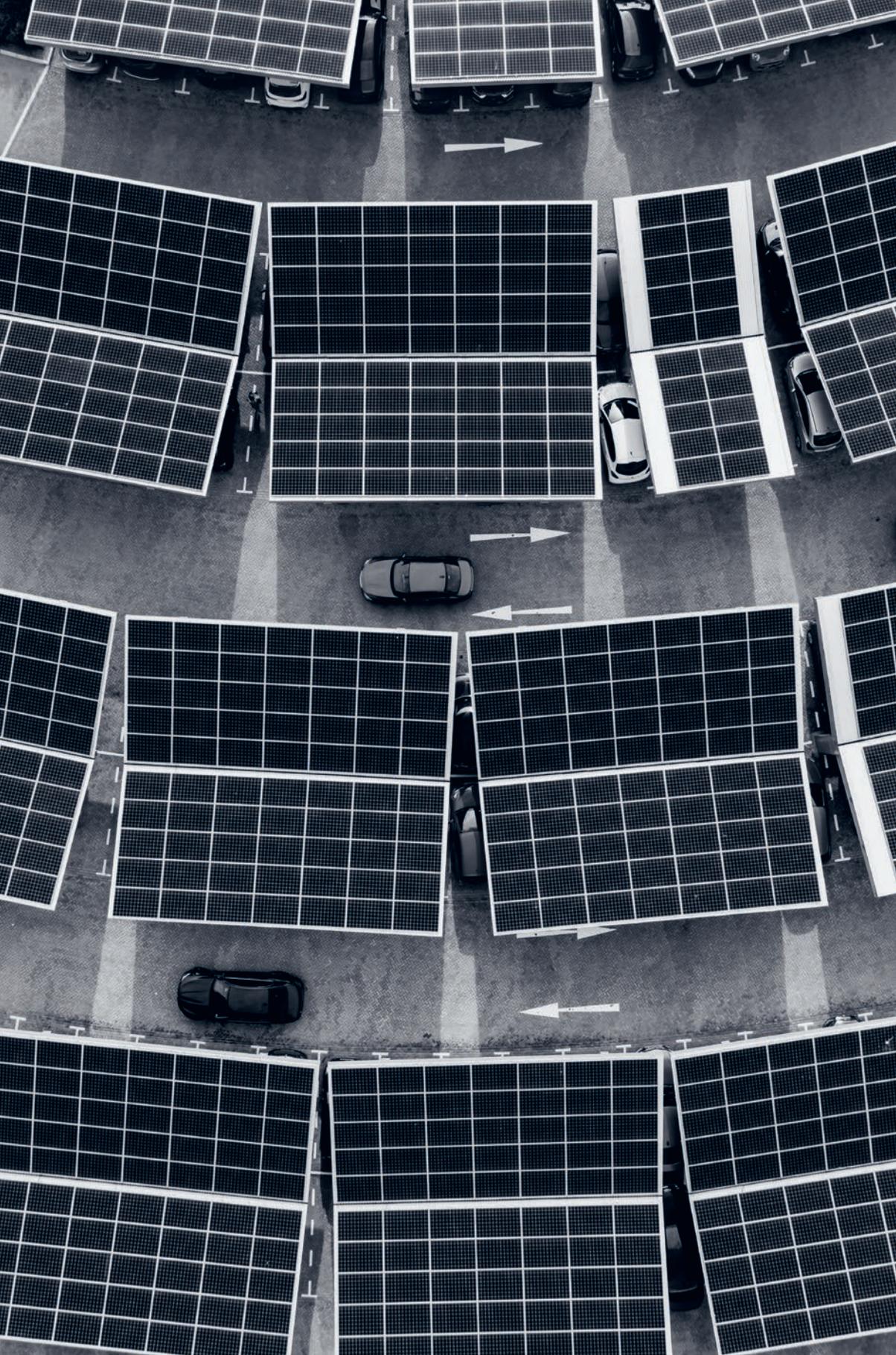
AMAG Engage	AMAG Engage	AMAG Fairplay	AMAG Net Zero	AMAG Net Zero	AMAG Net Zero
 <p><b>4 HOCHWERTIGE BILDUNG</b></p>	 <p><b>5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT</b></p>	 <p><b>8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</b></p>	 <p><b>9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</b></p>	 <p><b>12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION</b></p>	 <p><b>13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</b></p>
→ KPI-Bericht Seite 72	→ KPI-Bericht Seite 76	→ KPI-Bericht Seite 78	→ KPI-Bericht Seite 60, 61, 66	→ KPI-Bericht Seite 22, 39	→ KPI-Bericht Seite 65
<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Talentmanagement</li> <li>☑ AMAG Academy</li> <li>☑ Neue Berufsbilder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Diversity</li> <li>☑ Chancengleichheit</li> <li>☑ Werte und Kultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Integrität</li> <li>☑ Fairer Wettbewerb</li> <li>☑ Wirtschaftsstandort Schweiz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ AMAG Innovation &amp; Venture LAB</li> <li>☑ AMAG Klimafonds</li> <li>☑ Partnerschaften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ The Square</li> <li>☑ Drive electric</li> <li>☑ AMAG Energy &amp; Mobility</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ SBTi</li> <li>☑ CO<sub>2</sub>-Preis</li> <li>☑ Klimastrategie</li> </ul>

Bereich Klimaschutz und in der kontinuierlichen Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Ein weiteres effektives Handlungsfeld ist die Bildung. Durch die Digitalisierung und die E-Mobilität wandeln sich die Berufsbilder unserer Branche. Als einer der grössten Ausbildungsbetriebe der Schweiz nutzen wir unsere Expertise und leisten einen bedeutenden Beitrag, indem wir zukunftsfähige Lehrberufe entwickeln und für Gleichstellung sorgen. Zur AMAG Nachhaltigkeitsstrategie gehört zudem ein ethisch korrektes, transparentes und vorbildliches Verhalten. Darin sehen wir die Voraussetzung für faire Marktbedingungen, die den Schweizer Wirtschaftsstandort langfristig stärken.



# Gelebte Nachhaltigkeit

Die AMAG übernimmt täglich Verantwortung in allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen und engagiert sich aktiv für die Umwelt, für Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden sowie die Gesellschaft als Ganzes. Im nächsten Kapitel geben wir Ihnen in Beiträgen zu Net Zero, Engage und Fairplay einen Blick hinter die Kulissen und zeigen, wie wir uns für die Nachhaltigkeit einsetzen – entschlossen, transparent und konsequent. Lesen Sie weiter, es erwarten Sie spannende Einblicke.



# NET ZERO

02

# Fahrzeuge und Infra- struktur: kombiniert für eine nachhaltige Zukunft

**Elektroautos sind ein Schlüsselfaktor für ein nachhaltiges Verkehrssystem. Doch parallel dazu muss auch die Versorgungssicherheit mit erneuerbarer Energie gewährleistet sein. Dafür braucht es vernetzte Lösungen für die Produktion, die Ladeinfrastruktur und die Energiespeicherung. Auf ihrem Weg zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller Mobilität setzt die AMAG auf ein Gesamtangebot, das sowohl die Fahrzeug- als auch die Infrastrukturseite umfasst. Mit dem 2022 erfolgten Kauf von Helion hat sie dazu einen wichtigen Schritt gemacht.**

## Mehr Photovoltaik und Ladestationen

Die AMAG Gruppe will bis 2040 einen klimaneutralen Fussabdruck gemäss Net Zero erreichen. Dazu sollen 2030 mindestens 70 Prozent der in den AMAG Betrieben abgesetzten Fahrzeuge rein batterieelektrisch betrieben sein. Den Strom für diese Elektroautos wollen wir mit Partnern zunehmend selbst produzieren. Zum künftigen Gesamtangebot gehören zudem intelligente Ladelösungen für das Energiemanagement im Unternehmen oder zuhause.

## Bei der Umstellung auf Elektromobilität ermöglicht unser Gesamtangebot ökologische und ökonomische Vorteile.

Auf der Fahrzeugseite verfügt die AMAG seit jeher über herausragende Kompetenzen. Die Aktivitäten rund um Energie, Laden und Elektromobilität haben wir 2022 weiter intensiviert und im neuen Geschäftsfeld AMAG Energy & Mobility gebündelt. Das Geschäftsfeld umfasst die Angebotswelten von Clyde, Volton und Helion. Clyde ist ein innovatives Abo-Paket für eine flexible Fahrzeugnutzung. Anfang 2022 wurde die Transformation zum rein elektrischen Mobilitätsanbieter gestartet, die wir 2024 abschliessen werden. Unter der

Marke Volton bietet die AMAG Gruppe Beratungs- und Serviceleistungen für Geschäfts- und Flottenkunden an. 2022 entwickelte Volton ein Ladeangebot mit Zugang zu über 7000 öffentlichen Ladestationen in der Schweiz.



Rebecca Berghaus und Roger Bitterli

Mit Helion übernahm die AMAG 2022 eine führende Schweizer Spezialistin in den Bereichen Photovoltaik, Stromspeicher, Wärmepumpen und Ladestationen für Elektrofahrzeuge – von der Beratung über die Planung bis hin zur Installation und Wartung. «Zusammen mit Helion und ihren 460 Mitarbeitenden können wir unser Dienstleistungsangebot rund um die Elektromobilität erheblich erweitern», sagt Martin Everts, Managing Director von AMAG Energy & Mobility. Zudem wollen die AMAG und Helion gemeinsam eine Lösung für das smarte Laden liefern, um das Elektroauto als Speicher zur besseren Nutzung des Solarstroms und als Pufferspeicher zur Stabilisierung des Stromnetzes zu nutzen.

## Technologische Entwicklung eröffnet neue Möglichkeiten

Seit November 2022 gehört Helion zur AMAG. Das Potenzial für gemeinsame Lösungen und Angebote ist sehr gross. Ein künftiger Schwerpunktbereich sind Lösungen für das smarte Laden. Welche Herausforderungen es beim Aufbau der gemeinsamen Angebote zu meistern gilt, diskutieren Rebecca Berghaus (RBe), Director Fleet bei der AMAG Retail, und Roger Bitterli (RBi), Key Account Management Commercial bei Helion.

### Wo steht ihr beim Aufbau der Zusammenarbeit?

RBi: Wir haben schon bisher mit der AMAG zusammengearbeitet. Aber jetzt geht es darum, schnell zusammenzuwachsen und die Vorteile unseres Angebots aus einer Hand auf dem Markt klar sichtbar zu kommunizieren.

RBe: Wir haben gerade viele Meetings, um die Integration voranzutreiben. Mir ist es ein grosses Anliegen, dass dieser Prozess auch in den einzelnen Vertriebsregionen abläuft, mit gemeinsamen Kundenbesuchen. So können wir unsere kombinierten Stärken in Beratung und Vertrieb zeigen.

### Für wen bringt euer kombiniertes Angebot einen Mehrwert?

RBe: Wir fokussieren nicht auf eine bestimmte Zielgruppe. Das Spektrum reicht vom KMU mit fünf Fahrzeugen bis zum Grosskonzern. Sobald wir spüren, dass ein Unternehmen Interesse an Nachhaltigkeit hat, dass Elektroautos und eine eigene Stromproduktion in Frage kommen, bringen wir Helion mit ins Spiel.

## Wissen bewegt

### Das Fahrzeug als Speicherlösung

Das Elektroauto als Stromspeicher nutzen? Mit dem smarten oder bidirektionalen Ladeansatz ist das möglich. Beim smarten Laden wird die Batterie des Fahrzeugs möglichst nachhaltig geladen – zum Beispiel dann, wenn viel Sonnenenergie zur Verfügung steht. Beim bidirektionalen Laden fliesst der Strom in beide Richtungen: sowohl vom Stromnetz oder den Solarpanels in die Fahrzeugbatterie als auch von der Fahrzeugbatterie ins Haus- oder Stromnetz zurück.

Welche Herausforderungen das bidirektionale Laden in der Praxis mit sich bringt und welcher Mehrwert daraus entstehen kann, erklärt Dr. Jonas Huber, Senior Researcher am Power Electronic Systems Laboratory der ETH Zürich, im Videointerview mit anschaulichen Beispielen.



Erfahren Sie mehr, indem Sie den QR-Code scannen

RBi: Wir kommen von der Photovoltaik her und sind dann jeweils rasch beim Thema Elektroautos und Gesamtkonzept. Wenn wir bei Helion und ihr bei Fleet unsere Botschaften gut aufeinander abstimmen, erkennen die Zielgruppen rasch, dass wir ihnen im Zweierpaket einen Mehrwert bringen.

### Welchen Herausforderungen begegnet ihr auf dem Markt?

RBe: Die Elektromobilität ist beratungsintensiv, weil die technologische Entwicklung sehr schnell voranschreitet. Seit Anfang 2023 bringt der VW-Konzern zum Beispiel die ersten Fahrzeuge auf den Markt, die für bidirektionales Laden geeignet sind. Bis 2024 sollen alle Elektroautos des

Konzerns so ausgestattet sein. Das eröffnet neue Möglichkeiten für Gesamtlösungen ...

RBi: ... und bietet ein grosses Potenzial für eine nachhaltige Elektromobilität. Wir verbauen heute bei jedem zweiten Kunden zuhause einen 10-Kilowatt-Speicher, um Strom aus der Photovoltaikanlage zwischen-

## Die AMAG will wesentlich dazu beitragen, das Potenzial von smartem Laden nutzbar zu machen.

zuspeichern. Elektroautos haben heute einen Batteriespeicherplatz von bis zu 70 Kilowatt. Die AMAG will einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dieses Potenzial für eine sichere Stromversorgung nutzbar zu machen.

### Wo liegt das Hindernis?

RBi: Das bidirektionale oder smarte Laden ist heute von Gesetzes wegen noch nicht möglich.

RBE: Dass das bidirektionale Laden funktioniert, zeigen Beispiele aus den Niederlanden. Das wollen wir vermehrt kommunizieren.

### Was ist auf Kundenseite wichtiger: ökologische oder ökonomische Argumente?

RBe: Die meisten Unternehmen haben heute ökologische Nachhaltigkeitsziele. Aber am Schluss schaut sich der CFO die Gesamtkosten einer Lösung an – oder anders gesagt: die wirtschaftliche Nachhaltigkeit, die natürlich auch gegeben sein muss. Mit der Elektromobilität verändert sich das finanzielle Gesamtbild. Früher standen die Fahrzeugkosten im Vordergrund. Heute ist das viel komplexer, zum Beispiel durch die Infrastrukturkosten und die Veränderungen bei den Strompreisen und Einspeisevergütungen.

RBi: Ja, die steigenden Strompreise haben viel bewegt. Heute müssen sich CEO und CFO fragen, ob sie es sich leisten können, keine Photovoltaikanlage zu installieren.

RBe: Deshalb brauchen wir bei Helion und bei Fleet eine sehr hohe Beratungsqualität. Wir wollen die Unternehmen bei der Umstellung auf die Elektromobilität umfassend begleiten und aufzeigen, welche ökologischen und ökonomischen Vorteile unser Gesamtangebot hat.

### Entdecken Sie unser Online-Special

Weitere Einblicke in die Unternehmensaktivitäten und spannende Informationen erhalten Sie in der Onlineversion unseres Nachhaltigkeitsberichts unter [amag.report](http://amag.report)



# ENGAGE

03

# Zukunft gestalten: Skills für morgen

Die AMAG will möglichst vielen Menschen in der Schweiz Zugang zu nachhaltiger Individualmobilität verschaffen. Damit wir die dafür notwendigen Dienstleistungen, Fahrzeuge und Infrastrukturen anbieten können, brauchen wir entwicklungsfähige Mitarbeitende mit einem auf die Zukunft ausgerichteten Skill-Set. Als grosses Potenzial sehen wir die Menschen, die bereits bei uns arbeiten. Eine massgeschneiderte Aus- und Weiterbildung hat deshalb für die AMAG einen sehr hohen Stellenwert – gerade in Zeiten des Fachkräftemangels.

## Nachhaltiger Erfolg durch lebenslanges Lernen

Der Weg zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller Mobilität ist anspruchsvoll. Je stärker unsere Mitarbeitenden diesen Weg mitgestalten, desto schneller kommen wir voran. Wir fördern sie deshalb on-the-Job und bilden sie weiter. Parallel dazu wollen wir Talente anziehen – Lernende, Hochschulabgänger und erfahrene Fachleute.

## Gemischte Teams bringen eine Vielfalt an Perspektiven ein und erarbeiten bessere Lösungen.

Die AMAG unternimmt viel, um eine attraktive Arbeitgeberin für alle Mitarbeitenden zu sein, unabhängig von Alter und Herkunft. In der AMAG Academy bieten wir Trainings- und Weiterbildungsmöglichkeiten an. Weitere Beispiele sind das Online-Kursangebot AMAG Learning & Development, der AMAG eigene CAS Leadership, eine systematische Nachfolgeplanung, das Förderprogramm Young Talents und Coaching-Angebote für Digital Fitness. 2022 haben wir zudem in der Aus- und Weiterbildung den Fokus auf die Elektromobilität verstärkt, abgestimmt auf unsere Unternehmensstrategie.

Ein grosses Anliegen der AMAG ist Diversität. Geschlecht, Alter, Herkunft, Erfahrungshintergrund: Gemischte Teams bringen eine Vielfalt an Perspektiven

ein und erarbeiten bessere Lösungen. 2022 beschäftigten wir Menschen aus 71 Nationen. Um den Frauenanteil von 16,7 Prozent zu erhöhen, rollten wir 2022 unter anderem die Informationskampagne «women@AMAG» aus.

Ein wichtiger Talentpool sind die über 770 Lernenden, rund 11 Prozent der Belegschaft, in über einem Dutzend Lehrberufen. Seit dem Kauf von Helion 2022 wird die AMAG ab Lehrbeginn 2024 zudem Jugendliche als Solarinstallateur/-in EFZ ausbilden. Das Engagement im Ausbildungsbereich wollen wir stetig verstärken. Zudem bauen wir die einjährige Integrationsvorlehre, die



Saskia Kamber und Giuseppe Ferrandino

Asylbewerbende und benachteiligte Jugendliche an eine ordentliche Lehre heranführt, weiter aus. So bildete die AMAG 2021 fünf Integrationslernende aus, 2022 waren es bereits elf. Die Lernenden und viele weitere junge Mitarbeitende stammen aus der Generation Z, geboren nach 1995. Sie sind digital sehr affin und verfügen über ein hohes Umweltbewusstsein. Zudem legen sie Wert auf eine Ausbildung durch einen Coach, Diversität, soziale Gerechtigkeit, sinnstiftende Arbeit und eine gute Work-Life-Balance. Die AMAG ist sich dieser Bedürfnisse bewusst und integriert sie in die Ausgestaltung des Arbeitsalltags.

## **Generation Z: Teamarbeit und Work-Life-Balance**

Wie kann es gelingen, die Mitarbeitenden auf dem Weg in die Zukunft mitzunehmen – besonders auch die Generation Z? Ein Gespräch mit und zwischen

Saskia Kamber (19; SK), stellvertretende Teamleiterin Wareneingang bei der Mobilog AG in Buchs ZH, und Giuseppe Ferrandino (50; GF), Geschäftsführer bei der AMAG Buchrain mit 140 Mitarbeitenden.

**Wie schafft ihr es, dass eure Mitarbeitenden den Wandel in der Mobilitätsbranche mitvollziehen?**

GF: Eines ist klar: Wir brauchen dazu den vollen Einsatz aller Mitarbeitenden, speziell aber auch der jungen Generation – sie wird wesentlich mitbestimmen, wie erfolgreich wir auf unserem Weg sein werden. Damit alle auf den Weg mitkommen, braucht es ein ganzes Massnahmenbündel.

**Könnt ihr Beispiele für solche Massnahmen nennen?**

GF: Wir leisten bei uns im Betrieb viel Informationsarbeit, etwa mit einem regelmässigen Event, bei dem wir über die Energieversorgung, Ökostrom und Lademöglichkeiten berichten. Wichtig ist, die Leute schrittweise an das Thema Elektromobilität heranzuführen. Wir haben den Mitarbeitenden zudem schon mehrfach Vorführwagen zur Verfügung gestellt, damit sie selbst Erfahrungen machen können.

SK: Eine gute Kommunikation ist sehr wichtig – auch weil der Wandel bei uns in der Logistik teils verunsichert. Elektromobile haben weniger Teile. Braucht es dann im Lager weniger Mitarbeitende, fragen sich manche.

**Wie attraktiv ist die Autobranche für junge Menschen als Arbeitsort?**

GF: Viele Junge haben ein veraltetes Image von der Branche und der AMAG. Wir sehen das, wenn wir mit Eltern und jungen Interessierten sprechen, bei Bewerbungen und auch in Schulklassen. Ich sage ihnen jeweils, dass Umweltschutz bei uns sehr präsent ist, dass wir zum Beispiel ein komplettes Entsorgungssystem haben, eine Biowasseraufbereitungsanlage und eine PV-Anlage zur Stromversorgung auf dem Dach. Für viele ist das ein Augenöffner – denn gerade die Generation Z ist sehr umweltbewusst. Sie wollen eine gute Zukunft haben, so wie auch wir für unsere Kinder.

**Welche Botschaften kommen bei der Generation Z sonst noch gut an?**

GF: Teamarbeit ist für sie wichtig, ebenso Respekt vor ihrer Individualität und ihrem Engagement. Das alles und noch mehr berücksichtigen wir im Arbeitsalltag, gerade auch in der Führungsarbeit.

SK: Ich erzähle jeweils unseren Schnupperlernenden, dass wir es oft lustig zusammen haben, auch wenn der Job streng ist.

**Was macht ihr denn in der AMAG Buchrain konkret für die Generation Z?**

GF: Wenn die Jungen denken, dass es unter einem 10-Stunden-Arbeits- tag nicht geht, verlieren wir sie. Deshalb haben wir in der AMAG Buchrain die Öffnungszeiten am Morgen und am Abend gekürzt, ohne natür-

lich den Kundenfokus aus dem Auge zu verlieren. Zudem bieten wir flexible Einsatzzeiten an, die in den Teams selber organisiert werden.

SK: Das stimmt, ein guter Ausgleich zwischen Beruf und Freizeit ist für meine Generation sehr wichtig. Ich sehe das bei mir. Ich habe einen Hund und bin froh, wenn ich am Abend nicht zu spät zuhause bin. Ich habe solche Anliegen auch mit meinem Teamleiter besprochen. Bei ihm spüre ich viel Rückhalt.

GF: Das ist ein sehr guter Ansatz. Die Generation Z und generell jüngere Mitarbeitende legen Wert auf Mitbestimmung. Ich delegiere deshalb Entscheide oft in die Teams.

## Wissen bewegt

### Die Stärke der Vielfalt

«Diversität ist unvermeidlich», sagt Dr. Jamie Gloor, Assistant Professor Universität St. Gallen. In einem kurzen Videointerview führt Jamie Gloor aus, welche Rolle Diversität in der heutigen Zeit spielt und welche positiven Effekte sie für Unternehmen haben kann. Dabei verdeutlicht sie, wie wichtig es ist, realistische Ziele zu definieren, und wie gelebte Unternehmenswerte einen Arbeitgeber auch für jüngere Zielgruppen attraktiv machen.



Erfahren Sie mehr, indem Sie den QR-Code scannen

## Wie sieht es bei euch beim Thema Diversität aus?

SK: Die Autobranche hat weiterhin ein Männerimage. Doch wir Frauen können genau dieselbe Arbeit machen wie die Männer. Wir sollten in der AMAG einen höheren Frauenanteil haben. In diese Richtung geschieht auch schon Vieles. Mein eigenes Beispiel zeigt, dass Frauen Aufstiegschancen erhalten und gefördert werden.

GF: Richtig, wir werden besser, wenn wir stärker durchmischt sind – bei Herkunft, Ausbildung oder Geschlecht. Wir suchen die beste Person auf die jeweilige Stelle. Als Vorgesetzter nehme ich in dieser Frage bewusst Einfluss bereits ab dem Rekrutierungsstart. So kommen wir voran auf unserem Weg – mit einer Vielzahl von gezielten Massnahmen im Alltag verbessern wir unsere Agilität und stellen sicher, dass wir als modernes, zukunftsorientiertes Unternehmen wahrgenommen werden. Wir machen vorwärts!

## Entdecken Sie unser Online-Special

Weitere Einblicke in die Unternehmensaktivitäten und spannende Informationen erhalten Sie in der Onlineversion unseres Nachhaltigkeitsberichts unter [amag.report](#)



# FAIRPLAY

04

# Datenschutz hat für die AMAG höchste Priorität

Datenschutz ist für die AMAG ein zentrales Anliegen. Sie unternimmt schon heute sehr viel, um die Daten ihrer Kundinnen und Kunden zu schützen. Dieses Engagement wird künftig noch wichtiger: Die klimaneutrale Mobilität der Zukunft basiert auf digitalen Lösungen, vernetzten Verkehrsträgern und grossen Datenmengen. Ein Beispiel dafür ist die Ende 2022 eingeführte AMAG App. Sie bietet Kundinnen und Kunden einen direkten Zugang zu wichtigen Fahrzeugdaten und diversen Services. Die AMAG Datenschutz-expertinnen und -experten waren deshalb in die Entwicklung der App von Anfang an einbezogen.

## Digitalisierung und Fahrzeug-Connectivity erfordern mehr Datenschutz

Die AMAG legt höchsten Wert auf den Schutz aller Daten von Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten und weiteren Partnern. Wir treffen dafür angemessene technische und organisatorische Vorkehrungen, um die Informationen vor einer unberechtigten Verwendung zu schützen. Dieser umfassende Datenschutz und die strikte Einhaltung der entsprechenden Gesetze ist bei der AMAG direkt in die Prozesse integriert, mit klaren Regeln und mit Kontrollen. So gewährleisten wir den Schutz der Daten von innen her. Auch der Schutz gegen Angriffe von aussen hat bei der AMAG höchste Priorität – im Rahmen unserer Cybersicherheits-Strategie.

**«Wir wollen und müssen den Kundinnen und Kunden transparent aufzeigen, was mit ihren Daten passiert.»**

Mit dem Thema Datenschutz befasst sich die AMAG bereits seit Langem intensiv. Dabei kommt uns zugute, dass wir über die liechtensteinische Tochtergesellschaft AMAG Vaduz auch im europäischen Datenschutzzumfeld über vertiefte Erfahrungen verfügen, etwa mit der 2018 eingeführten Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der EU. In den letzten Jahren ist der Datenschutz noch wichtiger geworden. Der Grund dafür ist der starke Anstieg des Datenvolumens

rund um den Einsatz von Autos, sei es beim Transfer von technischen Informationen oder in digitalen Angeboten. Die steigenden Connectivity-Kapazitäten der Fahrzeuge tragen dazu genauso bei wie die zunehmende Einführung von digitalen Lösungen, die eine moderne Mobilität ermöglichen. In der AMAG Welt gehören dazu beispielsweise die Angebote Clyde, allride und Volton sowie die Ende 2022 eingeführte AMAG App mit der Option einer integrierten Lade- und Kreditkarte (siehe Interview, Seite 36). Die Herausforderung: Für solche



Michael Bertschi und Susan Siemann

Lösungen ist ein umfassender Datenschutz komplex, weil es zunehmend schwieriger wird, die Datenflüsse und -wege zu identifizieren. Die AMAG baut Datenschutzanliegen in solchen Projekten deshalb von Anfang an ein. Dabei berücksichtigen und koordinieren wir jeweils auch die Schnittstellen mit den Marken.

## Gute User Experience trotz klarer Regeln

Die AMAG App vereinfacht für die Kundinnen und Kunden Prozesse rund um ihr Fahrzeug, zum Beispiel die Organisation eines Servicetermins. Sie lässt sich zudem mit einer Lade- und Kreditkarte koppeln. Auch Tipps vermittelt das Tool, etwa zu einer ökologischen Fahrweise. Der App-Einsatz führt zu einem intensiven Austausch von personen- und fahrzeugbezogenen Daten zwischen

den Userinnen und Usern und ihren Partnern bei der AMAG. Wie die AMAG dabei proaktiv den Datenschutz sicherstellt und welche Herausforderungen damit verbunden sind, diskutieren Susan Siemann (SSI), Group Data Privacy Officer bei der AMAG Group, und Michael Bertschi (MB), Projektleiter Digital Business bei AMAG Retail und Projektleiter der AMAG App.

### **Weshalb hat die AMAG ihre eigene Mobilitäts-App eingeführt?**

MB: Wir wollen den AMAG Kundinnen und Kunden eine für unsere Angebote und Dienstleistungen massgeschneiderte App zur Verfügung stellen. Die bisherige App eines Drittanbieters war dafür nicht mehr geeignet. Anfang 2022 fiel deshalb der Entscheid für unsere eigene App,

### **Wissen bewegt**

#### **Nachhaltiger Schutz für Unternehmen**

Mit der Digitalisierung und der steigenden Datenflut wird der Schutz dieser Daten zu einer zentralen Herausforderung. Insbesondere Unternehmen stehen oft im Fokus von Angriffen. Pascal Lamia, Leiter Operative Cybersicherheit im Nationalen Zentrum für Cybersicherheit (NCSC) des Bundes, betont im Videointerview, dass ein umfassend angelegtes Cybermanagement für einen hohen Schutzgrad sehr wichtig ist. Er erklärt zudem, wie sich Unternehmen am besten vor Hackerangriffen schützen und weshalb eine gute Zusammenarbeit mit dem Bund ausschlaggebend ist.



**Erfahren Sie mehr, indem Sie den QR-Code scannen**

die zudem mit unseren Angeboten und Dienstleistungen mitwachsen kann. Kundenfreundliche Neuerungen in der App sind zum Beispiel die neu eingeführte Terminvereinbarung für Serviceleistungen oder die Möglichkeit von Schadensmeldungen. Ende 2022 haben wir die App dann aufgeschaltet. Im ersten Halbjahr 2023 werden wir die Userinnen und User vom Drittanbieter zu uns migrieren. Er ist aber weiterhin für die technische Basis der App zuständig.

### **Wie komplex ist die Gewährleistung des Datenschutzes in der App?**

MB: Sehr komplex! Alle personen- und fahrzeugbezogenen Daten sind sensibel. Jeder zusätzlich aktivierte Service in der App erfordert deshalb eine Einwilligung, wobei die Transparenz gewährleistet ist. Speziell im Vordergrund steht die Sicherheit von Informationen und Daten mit finanziellem Bezug. Die mit der App vernetzbare Ladekarte ermöglicht den Userinnen und Usern, an über 7000 Ladestellen in der Schweiz ihr Elektroauto zu Vorzugskonditionen aufzuladen. Wer es noch einfacher haben will, nimmt gleich noch die Kreditkartenfunktion dazu – was weitere Anforderungen an den Datenschutz stellt.

### **Welches waren vom Datenschutz her die grössten Herausforderungen im Projekt?**

SSi: Die Datenflüsse und die Verantwortlichen für die Daten zu identifizieren. Wir mussten mit dem Drittanbieter genau analysieren, wann wir als AMAG für Daten verantwortlich sind und wo die Schnittstelle zu seinem Verantwortungsbereich liegt. Danach brauchte es präzise Datenschutzvereinbarungen und Vorgaben für das Projekt. Wir wollen und müssen den Kundinnen und Kunden transparent aufzeigen, was mit ihren Daten passiert. Das schreibt auch das ab September 2023 gültige revidierte Schweizer Datenschutzgesetz vor.

MB: Als Projektleiter war es mein Anliegen, dass wir den Datenschutz nicht erst am Ende des Projekts aufnehmen, sondern von Anfang an vollwertig integrieren. Das ist zwar aufwändiger, aber für eine sichere Lösung notwendig.

SSi: Danke für diese Voraussicht, Michael. Wir von AMAG Legal & Compliance haben ja das Image als Showstopper, wenn wir am Schluss eines Projekts sagen müssen, dass etwas aus Datenschutzgründen so nicht geht. Das lässt sich vermeiden, wenn wir jeweils die Datenschutzaspekte früh einbringen können.

### **Wie überzeugt ihr die User vom hohen Datenschutzstandard der AMAG?**

MB: Transparenz und kommunikative Aspekte sind sehr wichtig. Ein Beispiel: In vielen Anwendungen können die Userinnen und User die Allgemeinen Geschäftsbedingungen mit einem Häkchen akzeptieren, ohne sie überhaupt anzuschauen. Wer sich für die AMAG App registriert, kommt hingegen zuerst auf einen gesonderten Einwilligungs-Screen. Auf diesem zeigen wir genau, wie die Personen- und Fahrzeugdaten verwendet werden. Erst danach können die Userinnen und User die AGB akzeptieren und in die Datenverarbeitung einwilligen.

SSi: Ich war begeistert von dieser Idee mit dem Screen. Ein weiterer Punkt ist, dass man sich für die App auch nur als Person registrieren kann, also ohne die Vernetzung zwischen Person und Fahrzeug.

### **Ist der Datenschutz auch bei Weiterentwicklungen von digitalen Lösungen gesichert?**

SSi: Datenschutz gehört bei der AMAG zur DNA – immer. Wir sind überzeugt, dass diese konsequente Haltung die Kundenbindung stärkt und neue Kundinnen und Kunden zu uns bringt.

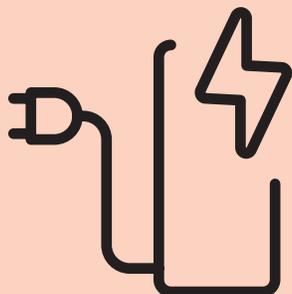
#### **Entdecken Sie unser Online-Special**

Weitere Einblicke in die Unternehmensaktivitäten und spannende Informationen erhalten Sie in der Onlineversion unseres Nachhaltigkeitsberichts unter [amag.report](#)

# FACTS

# Net Zero

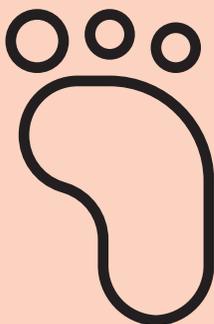
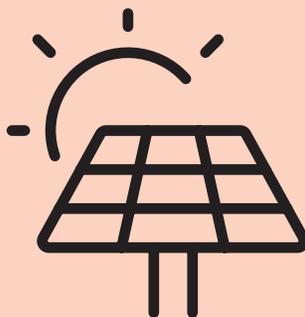
## Elektrifiziert in die Zukunft – engagiert in vielen Bereichen



- Bis Ende 2022 hat die AMAG schweizweit 1258 Ladestationen installiert
- Der Marktanteil reiner Elektrofahrzeuge lag 2022 in der Schweiz bei 17,8 Prozent, die AMAG konnte im vergangenen Jahr die Marktführerschaft mit 12'458 neu zugelassenen reinen Elektrofahrzeugen ausbauen und um 27,6 Prozent steigern
- Weiterführung von «the square» im Circle im Flughafen Zürich – ein New-Mobility-Hub und das erste Kompetenz- sowie Erlebniszentrum für neue nachhaltige individuelle Mobilität
- Verwaltung der Community-Plattform «drive-electric.ch» mit Antworten auf alle Fragen rund um die Elektromobilität
- Entwicklung der «allride»-App – eine Applikation, die Userinnen und User innerhalb ihres Nutzerkreises Zugang zu Mobilitätslösungen (Autos, Fahrräder usw.) bietet

## Mehr Sonne

- Es sind 20'994 m<sup>2</sup> Photovoltaikanlagen auf den eigenen Dächern installiert
- Die AMAG macht einen wichtigen Schritt in Richtung nachhaltige Energie und übernimmt per 2022 den Solarpionier «Helion».



## Fussabdruck der AMAG in Tonnen CO<sub>2</sub>-eq

Scope 1: 19'605

Scope 2: 858

Scope 3: 3'010'055

Total Scope-1-, -2- und -3-Emissionen: 3'030'518

# Engage

**71** Nationalitäten

**176** Standorte

**1** AMAG Family Day

**16,7%** Frauenanteil

## Ambitioniert

- Bis 2025 will die AMAG den Anteil weiblicher Lernenden von 11,7 Prozent (2022) auf 20 Prozent verdoppeln
- Bis 2028 soll der Anteil Frauen in Kaderpositionen von aktuell 15 Prozent auf über 25 Prozent gesteigert werden



**6892**  
Mitarbeitende

## Facettenreiche Diversity

Zum Jahresende arbeiteten insgesamt 6892 Mitarbeitende für die AMAG (siehe Seite 52 in diesem Bericht). Seit November 2022 bereichern weitere 460 Mitarbeitende von Helion die AMAG mit neuem Fachwissen und neuen Skills.

## Mehr Vielfalt durch Inklusion

Die AMAG sieht die Integration als Teil einer nachhaltigeren Gesellschaft. Im Jahr 2022 begleitete sie elf Teilnehmende im Programm «Integrationsvorlehre».



# Fairplay

## 2172

Schulungen zum Kartellrecht

## 6412

Schulungen zum Verhaltenskodex

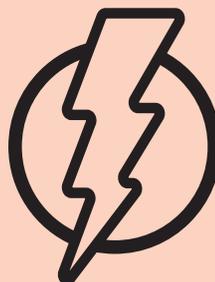


### Ausgezeichnet

Das AMAG Cyber Security Team hat den ersten Courage Award der Information Security Society Switzerland und Inside IT gewonnen. Der Preis zeichnet Unternehmen aus, die nach einem Cyberangriff gut und offen kommunizieren.

### Awareness für Cybersecurity

Mit dem Trainingsprogramm «Hoxhunt» und den Testimonials «Troy» und «Trixie» sensibilisiert die AMAG ihre Mitarbeitenden für Cyberrisiken und steigert so die Cyberresilienz. Die 2022 neugeschaffene Figur Trixie ist fokussiert auf Social Engineering. Sie zeigt, wie sich Cyberkriminelle das Vertrauen von Mitarbeitenden erschleichen.



### EKAS-zertifiziert

Die AMAG nutzt ein eigenes Managementsystem mit Spezialistinnen und Spezialisten für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.



# KPI-BERICHT NACH GRI

# 05

# GRI-Index

Die AMAG Group AG hat für den Zeitraum vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022 in Übereinstimmung mit den GRI-Standards 2021 berichtet. Für den Index wurde der Service «Content Index – Essentials» von GRI durchgeführt. Dieser prüft, ob der GRI-Index klar und in Übereinstimmung mit den Standards dargestellt ist und ob die Verweise für die Angaben 2-1 bis 2-5, 3-1 und 3-2 mit den entsprechenden Abschnitten im KPI-Bericht der AMAG Group übereinstimmen. Diese Dienstleistung wurde für die deutsche Version des Berichts erbracht.



## Allgemeine Angaben

GRI-Standard	Angabe	Verweis	Ausschlussgrund (Anforderung (A), Grund (G), Erklärung (E))
<b>GRI 1: 2021 Grundlagen</b>			
<b>1. Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1	Organisationsprofil	48
	2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	48
	2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	49
	2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	49
	2-5	Externe Prüfung	49
<b>2. Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen</b>			
	2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	52
	2-7	Angestellte	52
	2-8	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	54
<b>3. Unternehmensführung</b>			
	2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	54
	2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	55
	2-11	Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	55
	2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	55
	2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	56
	2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	56
	2-15	Interessenskonflikte	56
	2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	56
	2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	57
	2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	57
	2-19	Vergütungspolitik	57

A: Bewertung des höchsten Kontrollorgans  
G: Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht  
E: Unternehmen in Privatbesitz

2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	57	
2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	57	A: Bewertung des höchsten Kontrollorgans G: Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht E: Unternehmen in Privatbesitz
<b>4. Strategie, Richtlinien und Praktiken</b>			
2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	58	
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	58	
2-24	Einbeziehung politischer Verpflichtungen	58	
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	59	
2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	59	
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	59	
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	60	
<b>5. Einbindung von Stakeholdern</b>			
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	60	
2-30	Tarifverträge	61	

## Wesentliche Themen

GRI-Standard	Angabe	Verweis	Auslassungsgrund (Anforderung (A), Grund (G), Erklärung (E))
<b>Wesentlichkeitsanalyse und Liste der wesentlichen Themen</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	62
	3-2	Liste der wesentlichen Themen	62
<b>Energie</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	63
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	64
	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	64
<b>Emissionen</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	65
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	66
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	66
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	67
	305-5	Senkung der THG-Emissionen	69

<b>Abfall</b>				
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	70	
GRI 306: Abfall 2020	306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	71	
	306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	71	
	306-3	Angefallener Abfall	71	A: Abfall in Tonnen G: Keine Daten verfügbar E: Datenerhebung im Aufbau
	306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	71	A: Abfall in Tonnen G: Keine Daten verfügbar E: Datenerhebung im Aufbau
	306-5	Zur Entsorgung bestimmter Abfall	71	A: Abfall in Tonnen G: Keine Daten verfügbar E: Datenerhebung im Aufbau
<b>Aus- und Weiterbildung</b>				
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	72	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	73	
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	74	
	404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	75	
<b>Diversität und Chancengleichheit</b>				
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	76	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	77	
	405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	78	
<b>Compliance</b>				
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	79	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	80	
<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b>				
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	82	
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheit	82	
	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	83	
	403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	84	

	403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation & Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	85
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	86
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	86
	403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	87
	403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	87
	403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	88
<b>Schutz der Kundendaten</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management der wesentlichen Themen	89
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016	418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	89

# GRI 2

## Allgemeine Angaben

### 1. Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken

2-1

#### Organisationsprofil

**Name der Organisation:** AMAG Group AG

**Hauptsitz der Organisation:** Alte Steinhauserstrasse 12, 6330 Cham

**Eigentumsverhältnisse und Rechtsform:** Die AMAG Group AG mit Sitz in Cham (ZG) ist die Holdinggesellschaft der AMAG Gruppe (AMAG). Die AMAG Group AG ist nicht kotiert. Auch keine direkte oder indirekte Tochtergesellschaft ist kotiert. Die AMAG Leasing AG, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der AMAG Group AG, hält per Bilanzstichtag fünf Zweckgesellschaften, von denen zwei an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotierte Anleihen emittiert haben. Die AMAG Leasing AG selbst hat ebenfalls eine kotierte Anleihe emittiert.

**Betriebsstätten:** Die AMAG unterhält rund 100 Standorte in der Schweiz und mit der AMAG (Vaduz) AG einen Standort in Liechtenstein.

2-2

#### Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden

**Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten:**

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung umfasst alle Tochtergesellschaften der AMAG Group AG. Dies sind die AMAG Import AG, AMAG Automobil und Motoren AG inklusive AMAG (Vaduz) AG, AMAG First AG, AMAG Leasing AG, AMAG Services AG, AMAG Parking AG, AMAG Corporate Services AG sowie mobilog AG und deren von AMAG beherrschte Unternehmen.

### **Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen:**

Die AMAG Group AG ist ein Schweizer Unternehmen. Zu ihr zählt auch die AMAG Import AG, welche die Fahrzeuge der Marken Volkswagen, Audi, SEAT, Škoda, CUPRA und VW Nutzfahrzeuge über das grösste Vertreternetz der Schweiz (über 450 Händler und Servicepartner) importiert und vertreibt. Ebenfalls zur AMAG gehört die AMAG Automobil und Motoren AG mit rund 80 eigenen Garagenbetrieben, Occasions und Carrosserie Centern. Sie ist zudem auch Bentley Stützpunkt. Ein weiteres Tochterunternehmen ist die AMAG First AG, die grösste Porsche Handelsorganisation der Schweiz.

Zur AMAG gehören ausserdem die AMAG Leasing AG als Finanzdienstleisterin, die AMAG Parking AG, die diverse Parkhäuser bewirtschaftet, und die AMAG Services AG, welche Lizenznehmerin von Europcar und ubeeqo für die Schweiz ist und an den Schweizer Flughäfen Valet Parking und schweizweit Chauffeurdienstleistungen anbietet. Die mobilog AG bietet seit 2021 Logistikdienstleistungen auch für Dritte an, zudem betreibt die AMAG ein Innovation & Venture LAB. Seit 2018 ist die AMAG MitinhaberIn von autoSense, der Lösung für digitale Vernetzung von Fahrzeugen, und seit 2019 bietet sie mit Clyde ein Auto-Abomodell an. Zudem ist sie Partnerin bei der Swiss Startup Factory.

Im November 2022 hat die AMAG die Firma Helion gekauft und erweitert ihr Angebot auf die Installation von Photovoltaik und Wärmepumpen sowie die Planung und Realisation von Ladeinfrastruktur. Die Helion AG wird ab dem Berichtsjahr 2023 in die Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert und ist noch nicht Teil der nachfolgenden Kennzahlen.

2-3

## **Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle**

**Berichtszeitraum:** 1.1.2022–31.12.2022. Der Nachhaltigkeitsbericht der AMAG Group AG erscheint jährlich. Datum des letzten Berichts: Juli 2022.

**Kontakt:** Dr. Ina Maria Walthert, Head of Group Sustainability AMAG Group

2-4

## **Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen**

Neudarstellung von Informationen: keine

Änderungen bei der Berichterstattung: keine

2-5

## **Externe Prüfung**

Die Treibhausgasbilanz der AMAG Group AG wird extern geprüft. Zudem sind der Group CEO und das Sustainability Board der AMAG in den Freigabeprozess der Berichtsinhalte involviert.



Ernst & Young AG  
Maagplatz 1  
Postfach  
CH-8010 Zürich

Telefon: +41 58 286 31 11  
www.ey.com/ch

An die Geschäftsleitung von  
AMAG Group AG, Cham

Zürich, 5. Juni 2023

## **Bericht des unabhängigen Prüfers über Energie- und Emissionskennzahlen im AMAG Nachhaltigkeitsbericht 2022**

Wir wurden von AMAG Group AG (die Gruppe) beauftragt (der Auftrag), zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit die mit einem «☒» gekennzeichneten Energie- und Emissionskennzahlen (die Kennzahlen) im AMAG Nachhaltigkeitsbericht 2022 (der Bericht) für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2022 zu prüfen.

Anders als im vorstehenden Absatz beschrieben, der den Umfang unseres Auftrags festlegt, haben wir keine Prüfungshandlungen für die übrigen im Bericht enthaltenen Informationen durchgeführt, und dementsprechend geben wir keine Schlussfolgerung zu diesen Informationen.

### **Anwendbare Kriterien**

Die Gruppe definierte als massgebliche Kriterien (anwendbare Kriterien):

- ▶ Ausgewählte GRI Sustainability Reporting Standards

Eine Zusammenfassung dieser Standards kann der GRI Homepage entnommen werden. Wir sind der Auffassung, dass diese Kriterien für die Durchführung unseres Prüfauftrags zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit angemessen sind.

### **Verantwortung der Geschäftsleitung**

Die Geschäftsleitung ist für die Auswahl der anwendbaren Kriterien sowie die Erhebung und Berichterstattung der Kennzahlen in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den anwendbaren Kriterien verantwortlich. Diese Verantwortung umfasst die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung der Kennzahlen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen als Folge von Verstössen oder Irrtümern sind.

### **Unabhängigkeit und Qualitätssicherung**

Wir haben die Unabhängigkeits- und sonstigen beruflichen Verhaltensanforderungen, wie im International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) des International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA Code) definiert, eingehalten. Der IESBA Code legt fundamentale Grundsätze für das berufliche Verhalten bezüglich Integrität, Objektivität, berufliche Kompetenz und erforderliche Sorgfalt, Verschwiegenheit sowie berufswürdiges Verhalten fest.

Unser Unternehmen wendet den International Standard on Quality Control 1, Quality Control for Firms that Perform Audits and Reviews of Financial Statements, and Other Assurance and Related Services Engagements, an und unterhält dementsprechend ein umfassendes Qualitätssicherungssystem mit dokumentierten Regelungen und Massnahmen zur Einhaltung der beruflichen Verhaltensanforderungen, beruflichen Standards und anwendbaren rechtlichen und regulatorischen Anforderungen.

### **Unsere Verantwortung**

Unsere Verantwortung ist es, auf Grundlage erhaltener Prüfungsnachweise eine Schlussfolgerung über die oben genannten Kennzahlen abzugeben. Wir haben unseren Auftrag in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information durchgeführt. Nach diesem Standard haben wir den Auftrag so zu planen und durchzuführen, um begrenzte Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Kennzahlen im Bericht in allen wesentlichen Belangen frei von falschen Darstellungen sind, ob aufgrund von Verstössen oder Irrtümern.

### Unsere Vorgehensweise

Unter Berücksichtigung von Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir Prüfungshandlungen durchgeführt, um ausreichende geeignete Prüfungsnachweise zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies beinhaltet die Beurteilung von Risiken wesentlicher falscher Angaben in den oben genannten Kennzahlen. Bei einer Prüfung zur Erlangung von begrenzter Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung von hinreichender Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine erheblich geringere Sicherheit gewonnen wird.

Obwohl wir bei der Festlegung der Art und des Umfangs unserer Verfahren die Wirksamkeit der internen Kontrollen des Managements berücksichtigt haben, war unser Prüfungsauftrag nicht darauf ausgerichtet interne Kontrollen zu prüfen. Unsere Verfahren umfassten keine Tests der Kontrollen oder die Durchführung von Verfahren zur Überprüfung der Aggregation oder Berechnung von Daten innerhalb von IT-Systemen.

Der Prozess der Quantifizierung von Treibhausgasemissionen unterliegt wissenschaftlichen Unsicherheiten, die sich aus unvollständigen wissenschaftlichen Erkenntnissen über die Messung von Treibhausgasen ergeben. Darüber hinaus unterliegen Treibhausgasemissionsberechnungen Schätzungs- (oder Mess-)unsicherheiten, die sich aus den Mess- und Berechnungsprozessen zur Quantifizierung von Emissionen im Rahmen der vorhandenen wissenschaftlichen Erkenntnisse ergeben.

Im Rahmen unserer Prüfung zur Erlangung einer beschränkten Sicherheit haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen durchgeführt:

- ▶ Beurteilung der Angemessenheit der anwendbaren Kriterien und ihrer kontinuierlichen Anwendung
- ▶ Durchführung von Interviews mit relevanten Mitarbeitenden, um den Geschäfts- und Berichtsprozess, einschliesslich Nachhaltigkeitsstrategie, -prinzipien und -management, zu verstehen
- ▶ Durchführung von Interviews mit relevanten Mitarbeitern, um das Nachhaltigkeitsberichtssystem während des Berichtszeitraums zu verstehen, einschliesslich des Prozesses zur Erfassung, Zusammenstellung und Berichterstattung der Kennzahlen
- ▶ Überprüfung, ob die Berechnungskriterien gemäss den in den anwendbaren Kriterien beschriebenen Methoden korrekt angewandt wurden
- ▶ Durchführung analytischer Prüfverfahren bezüglich der Angemessenheit der Daten
- ▶ Identifizieren und Testen von Annahmen, auf welche sich die Berechnungen stützen
- ▶ Stichprobenartige Prüfung der zugrunde liegenden Quellen, um die Richtigkeit der Daten zu überprüfen

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Nachweise eine angemessene und ausreichende Grundlage für unsere Schlussfolgerung bilden.

### Schlussfolgerung

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind wir auf keine Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Kennzahlen für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2022 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den anwendbaren Kriterien aufgestellt worden sind.

Ernst & Young AG

Mark Vesper  
Partner

Claude-Aline Dubi  
Manager

## 2. Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen

2-6

### Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen

**Belieferte Märkte:** Im Wesentlichen Schweiz und Liechtenstein

**Lieferkette:** Die AMAG Gruppe importiert und vertreibt Personen- und Nutzfahrzeuge in der Schweiz und ist Anbieterin diverser Services und Dienstleistungen im Mobilitätsbereich. Dazu zählen neben Kerndienstleistungen im Bereich Wartung, Reparatur und Schadensmanagement auch Dienstleistungen im Bereich Autovermietung und Carsharing. Neben dem Import von Fahrzeugen und der engen Zusammenarbeit mit dem Volkswagen Konzern bezieht die AMAG weitere Waren und Leistungen, die in verschiedene Warengruppen eingeteilt sind. Dazu gehören unter anderem IT, Logistik- und Transportdienstleistungen, Ersatzteile, Lacke und Reifen, Büromaterialien sowie Beratungs- und Finanzdienstleistungen.

#### Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette:

Im Berichtsjahr kam es aufgrund der Chipkrise zu Lieferverzögerungen. Durch COVID-19 und den Konflikt in der Ukraine wird auch zukünftig mit einer Beeinträchtigung der Lieferketten gerechnet und es ist mit einer weiterhin angespannten Situation bei Neuwagenlieferungen sowie einer weiteren Verknappung im Occasionsgeschäft zu rechnen. Risiken werden im Rahmen einer Taskforce laufend überwacht. Es werden gegebenenfalls Massnahmen umgesetzt, um eventuellen Schäden entgegenzuwirken.

Im November 2022 hat die AMAG die Firma Helion akquiriert. Durch den Zukauf erweitert sich das Geschäftsmodell und die Lieferkette um den Einkauf von Photovoltaikanlagen und Wärmepumpen. Die Integration in die Treibhausgasbilanz der AMAG erfolgt zum Berichtsjahr 2023.

2-7

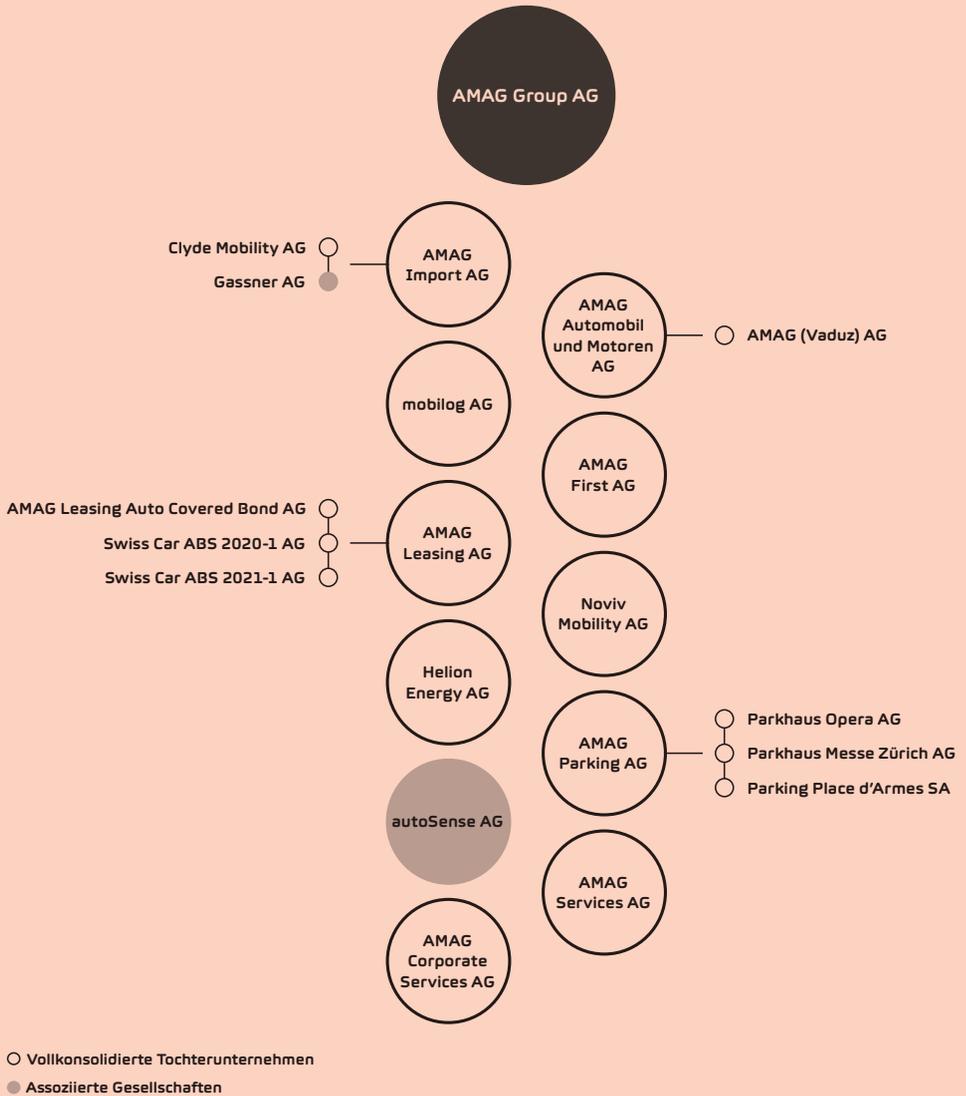
### Angestellte

	2020	2021	2022
Nettoumsatz in Mrd. CHF	4,0	4,3	4,4
Gesamtzahl der Mitarbeitenden*	6064	6224	6562
Davon Lernende	728	745	771

per jeweiligem Stichtatum 31.12.

\*Bezieht sich auf das Gesamt der Mitarbeitenden in einem unbefristeten und befristeten Arbeitsverhältnis, ohne den Zuwachs von Helion. Zuzüglich weiterer Mitarbeitendengruppen (Hostessen, auf Abruf, Transferfahrer und Chauffeur Drive) waren 2022 per 31.12. insgesamt 6892 Mitarbeitende für die AMAG tätig (ohne Helion).

## Wesentliche Beteiligungen AMAG Group AG:



Im dargestellten Organigramm werden nur wesentliche Beteiligungen angeführt.

## Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind

Zusammensetzung der Belegschaft: Arbeitsvertrag und Beschäftigungsverhältnis

	Frauen			Männer			Total		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
<b>Belegschaft nach Arbeitsvertrag</b>									
Unbefristet	949	990	1120	4985	5112	5766	5934	6102	6886
Befristet	20	24	33	110	98	103	130	122	136
<b>Belegschaft nach Beschäftigungsverhältnis</b>									
Vollzeit	679	717	782	4794	4936	5206	5473	5653	5988
Teilzeit	290	297	371	301	274	663	591	571	1034

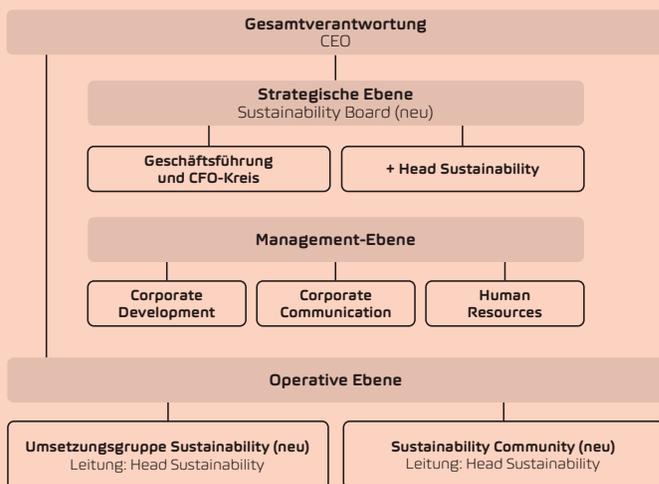
### 3. Unternehmensführung

## Führungsstruktur und Zusammensetzung

Alle sechs Mitglieder des AMAG Verwaltungsrats sind nichtexekutive Mitglieder. Sie gehörten auch vorher nicht der Konzernleitung oder dem Management der AMAG Gruppe an. Die AMAG Group AG ist eine nicht kotierte Aktiengesellschaft in Privatbesitz. Als höchstes Exekutivorgan übt der Verwaltungsrat die Oberleitung, Aufsicht und Kontrolle über die Gesellschaft aus. Die Gruppenleitung ist das dem Verwaltungsrat untergeordnete Organ und besteht aus dem CEO und dem CFO.

Die Geschäftsführung besteht aus der Gruppenleitung, den Managing Directors der Tochterunternehmen sowie weiteren Direct Reports des CEO. Die finanzielle Gesamtführung der AMAG Gruppe wird durch den CFO-Kreis koordiniert, welcher sich aus der Gruppenleitung, den CFOs der Tochterunternehmen sowie den weiteren Direct Reports des Group CFO zusammensetzt. Die detaillierten Aufgaben der Organe sind im Rahmen eines Organisationsreglements festgelegt, welches regelmässig aktualisiert wird.

Die Verantwortung für die strategische Verankerung und die operative Umsetzung im Bereich Nachhaltigkeit ist wie nachfolgend dargestellt in der Organisation verankert:



2-10

## Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans

Voraussetzung für die Nominierung eines Mitglieds des Verwaltungsrats ist die Erfüllung eines spezifischen Anforderungsprofils. Die Mitglieder des Verwaltungsrats beurteilen die im Gremium notwendige Fachkompetenz fortlaufend. Die Vermeidung von Interessenskonflikten ist dabei ein wichtiges Kriterium, genauso wie eine diverse Durchmischung.

2-11

## Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans

Martin Häefner, Präsident des Verwaltungsrats.  
Helmut Ruhl, CEO AMAG Group AG.

2-12

## Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen

Dem Verwaltungsrat obliegt aufgrund der gesetzlichen Anforderungen und gemäss Organisationsreglement der AMAG Group AG die Oberleitung der Gesellschaft und der Gruppengesellschaften (Leitungsfunktion), die Festlegung der Unternehmensstrategie für die gesamte AMAG Gruppe und die Erteilung der nötigen Weisungen unter Berücksichtigung der anwendbaren schweizerischen Rechtsvorschriften. Der Verwaltungsrat wird durch den CEO der AMAG Group AG regelmässig über Fortschritte in Bezug auf die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie informiert.

2-13

## Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen

Die Steuerung und das Management aller Nachhaltigkeitsthemen liegt in der Verantwortung der Business Units und wird über die Gruppenstrategie und die Strategien der einzelnen Business Units vorangetrieben. Die Festlegung der strategischen Schwerpunkte im Bereich Nachhaltigkeit auf Gruppenebene basiert auf der Beurteilung von wesentlichen Themen in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft. Als Anbieterin von Mobilitätslösungen und Dienstleistungen hat die AMAG den grössten Impact in der Ausgestaltung nachhaltiger Mobilitätsangebote. Der Fortschritt wird über Kennzahlen gemessen und zusammen mit der Priorisierung von Themen und Projekten im Group Sustainability Board besprochen. Das Group Sustainability Board unter Beteiligung aller Senior Executives, einschliesslich des CEOs, tagt viermal im Jahr.

2-14

## Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Nachhaltigkeitsthemen werden im Group Sustainability Board quartalsweise diskutiert. Die Klimastrategie ist Teil der Gruppenstrategie, welche vom Verwaltungsrat verabschiedet wird.

2-15

## Interessenskonflikte

Die Prävention von Interessenskonflikten ist in den Verhaltensgrundsätzen der AMAG Group AG festgeschrieben und für alle Mitarbeitenden verbindlich.

2-16

## Übermittlung kritischer Anliegen

Die Meldung von kritischen Anliegen kann unter anderem anonym über das Hinweisgeberportal der AMAG erfolgen. Alle Anliegen werden von der Abteilung Legal & Compliance der AMAG Gruppe bearbeitet, allenfalls unter Einbezug von weiteren Abteilungen wie HR oder Internal Audit. Weitere Schritte werden vom Leiter Legal & Compliance mit den entsprechenden Entscheidungsträgern eingeleitet. Es gab im Jahr 2022 Meldungen, aber keine kritischen Anliegen. Der Leiter Legal & Compliance rapportiert direkt an die Konzernleitung der AMAG Gruppe und erstattet dem Verwaltungsrat der AMAG Gruppe regelmässig Bericht.

2-17

## Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans

Senior Executives werden während der Group Sustainability Board Meetings regelmässig in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen und Trends informiert. Dazu zählen Veränderungen auf regulatorischer Ebene (national und international) sowie themenspezifische Schwerpunkte in den Bereich AMAG Net Zero, AMAG Engage und AMAG Fairplay.

Der Verwaltungsrat wird regelmässig über den Fortschritt zu allen strategischen Schwerpunkten, darunter auch Nachhaltigkeit, informiert. Notwendige Hintergrundinformationen zum Verständnis werden in diesem Zusammenhang zur Verfügung gestellt.

2-18

## Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans

Keine Offenlegung.

2-19

## Vergütungspolitik

Die Vergütungen der Mitglieder des Verwaltungsrats sind nicht an Erfolgskomponenten gekoppelt. Es handelt sich damit um eine reine Basisvergütung, die in Geldmitteln geleistet wird. Die Höhe der Vergütung widerspiegelt die Zeit und Arbeit, welche die Mitglieder für die Erfüllung ihrer Aufgaben investieren. Die Mitglieder des Verwaltungsrats erhalten namentlich keine Bonuszahlungen und weiteren finanziellen Leistungen. Sie haben Anspruch auf einen Dienstwagen.

2-20

## Verfahren zur Festlegung der Vergütung

Die Gesamtvergütung der Mitglieder der Konzernleitung besteht aus einem fixen sowie einem kurzfristigen und einem langfristigen variablen Vergütungsanteil. Alle drei Komponenten werden in Geldmitteln geleistet. Die Basisvergütung reflektiert die Erfahrung, die Kenntnisse und die anhaltenden Leistungen der Konzernleitungsmitglieder sowie die Konkurrenzfähigkeit in externen Marktvergleichen aufgrund funktionsbezogener Salär-Benchmarks. Der Verwaltungsrat beschliesst die fixe Vergütung des CEO und der übrigen Konzernleitungsmitglieder für das jeweils folgende Jahr.

2-21

## Verhältnis der Jahresgesamtvergütung

Keine Offenlegung.

## 4. Strategie, Richtlinien und Praktiken

2-22

### **Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung**

Siehe Editorial in diesem Bericht, Seite 6.

Die AMAG hat sich ein ambitioniertes Klimaziel gesetzt. Angestrebt wird ein Netto-Null-Ziel in Übereinstimmung mit dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens. Bei der Umsetzung orientiert man sich an den Vorgaben der Science-Based-Targets-Initiative. Das Erreichen des Klimaziels wird durch die Klimastrategie der AMAG Gruppe sichergestellt. Die Klimastrategie ist Kernbestandteil im Fokusbereich AMAG Net Zero, welcher zusammen mit den weiteren Fokusbereichen AMAG Engage und AMAG Fairplay das Nachhaltigkeitsversprechen der AMAG bildet. Alle drei Fokusbereiche sind Bestandteil der Gruppenstrategie und obliegen der Verantwortung der Gruppenleitung der AMAG.

2-23

### **Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen**

Verantwortungsbewusstes Handeln gegenüber unseren Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden, Lieferanten und Partnern ist im Verhaltenskodex der AMAG verankert. Im Berichtsjahr haben wir mit der systematischen Beurteilung unserer Lieferkette begonnen und Nachhaltigkeit als Beurteilungskriterium der Zusammenarbeit festgelegt.

Für unsere Mitarbeitenden ist der Verhaltenskodex Vertragsbestandteil. Weitere Informationen dazu, siehe Seite 79 in diesem Bericht.

2-24

### **Einbeziehung politischer Verpflichtungen**

Die Verhaltensgrundsätze der AMAG Gruppe geben Standards in Compliance-relevanten Risikobereichen vor, die vom Verwaltungsrat, der Geschäftsleitung, allen Mitarbeitenden sowie Dritten wie Händlern, Lieferfirmen und anderen Partnerinnen bzw. Partnern der AMAG Group AG und der von ihr kontrollierten Tochtergesellschaften im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit zu beachten und einzuhalten sind. Dies beinhaltet auch die Einhaltung der Menschenrechte. Die Abteilung Legal & Compliance hat verschiedene Themen in verbindlichen Richtlinien geregelt, berät und schult alle Mitarbeitenden der AMAG in Compliance-relevanten Belangen, hat Meldekanäle zur Untersuchung von Verstößen etabliert und untersucht allfällige Verstöße.

2-25

## Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen

Zur Prävention von etwaigen negativen Auswirkungen werden zu verschiedenen Themen regelmässige Risiko-Assessments durchgeführt. Die Einhaltung aller gesetzlichen Auflagen ist dabei oberstes Leitprinzip und wird durch Legal & Compliance unterstützt. Über den Kundenservice der AMAG können Anliegen von Stakeholdern gemeldet werden. Darüber hinaus kann auch über die Medienstelle, das anonyme Hinweisgeberportal oder den Bereich Nachhaltigkeit Kontakt aufgenommen werden.

Die AMAG Gruppe pflegt beim Umgang mit berechtigten vorgebrachten Anliegen mit den regulatorischen Behörden in der Schweiz zu kooperieren.

2-26

## Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen

Die AMAG Gruppe hat eine Abteilung Legal & Compliance, die für die Beratung und Unterstützung des Managements und der Mitarbeitenden in rechtlichen Belangen zuständig ist. Die AMAG Gruppe hat zudem unter anderem eine Konzernrichtlinie zur Compliance-Organisation erlassen. Gemäss dieser können die Mitarbeitenden Anliegen zum Geschäftsgebahren an die direkt oder indirekt vorgesetzte Person, an die zuständige Personalabteilung, an Mitarbeitende der Abteilung Legal & Compliance oder über das Hinweisgeberportal der AMAG vorbringen. Meldungen über das Hinweisgeberportal können auch anonym erfolgen. Das Portal ist auch für externe Personen zugänglich. Alle Meldungen werden untersucht und bei Bedarf werden die erforderlichen Massnahmen ergriffen. Weiter verfügt die AMAG Gruppe über eine Abteilung Internal Audit, welche die Einhaltung von Prozessen regelmässig und systematisch überprüft.

2-27

## Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen

Die Wettbewerbskommission (WEKO) hat im Juni 2022 die AMAG Automobil und Motoren AG sowie sechs weitere Händlerinnen von Fahrzeugen der Volkswagen Marken im Kanton Tessin mit insgesamt rund CHF 44 Mio. wegen illegaler Wettbewerbsabreden sanktioniert. Die sanktionierten Abreden waren im Zeitraum von 2006 bis 2018 im Kanton Tessin begangen worden. Die AMAG Gruppe hat die Verstösse aufgrund der im Jahr 2018 von der WEKO eröffneten Untersuchung festgestellt. Die AMAG Gruppe hat während des Verfahrens vollumfänglich mit den Behörden kooperiert. Unter anderem als Folge dieser Untersuchung im Jahr 2018 hat die AMAG ein umfassendes Compliance-Programm etabliert, das solche Verstösse verhindern soll.

Im Berichtszeitraum wurden keine Geldbussen für im Berichtszeitraum begangene wesentliche Verstösse gegen Gesetze oder Verordnungen verhängt.

## Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen

Im Berichtszeitraum war die AMAG Mitglied bei aee, Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS), auto schweiz, Auto-Strassenhilfe-Schweiz (ASS), Avenir Mobilité, Avenir Suisse, Cardossier, Center for Corporate Venturing Switzerland, digitalswitzerland, electrosuisse/e/mobile, Gesellschaft für Marketing (gfm), GSI, Interactive Advertising Bureau (IAB), Schweizer Mobilitätsverband (sffv), Schweizer Werbeauftraggeber-Verband (SWA), Schweizerischer Leasingverband (SLV), Smart City Verein Bern, Stiftung Auto Recycling Schweiz, Swiss Alliance for Collaborative Mobility (CHACOMO), Swiss Association of Autonomous Mobility (SAAM), Swiss Association for Automotive Transformation (SAAT), swisscleantech, Swiss eMobility, Swiss Power-to-X Collaborative Innovation Network (SPIN), eMobil Zug, Zuger Wirtschaftskammer, Zugwest.

## 5. Einbindung von Stakeholdern

### Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern

Zu den wichtigsten Stakeholdergruppen der AMAG gehören die Volkswagen AG, die Kundinnen und Kunden, freie Händler und Garagen sowie die Mitarbeitenden. Darüber hinaus sind Geschäftspartner, Lieferanten, Industrieverbände, regulatorische Institutionen sowie Medien und die Wissenschaft bedeutende Stakeholder.

#### **Ermittlung und Auswahl der Stakeholder:**

Die AMAG steht in intensivem Austausch mit Stakeholdern, die einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens haben und ihrerseits durch die Geschäftsaktivitäten der AMAG massgeblich beeinflusst werden. Dazu gehören insbesondere die Kundinnen und Kunden sowie die Mitarbeitenden. Kundenanliegen werden über die Händler und Partnerbetriebe der AMAG Gruppe sowie den eigenen Kundenservice bearbeitet. Mitarbeitende werden über das Intranet informiert und einbezogen.

#### **Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern:**

Die AMAG positioniert sich als Anbieterin von nachhaltigen Mobilitätsdienstleistungen – mit langer Tradition und im Familienbesitz. Von diesem Grundverständnis leitet die AMAG ihre ökologische und soziale Verantwortung ab und verfolgt ihre Ziele und ihre Massnahmenumsetzung mit grossem Engagement.

Geleitet wird das AMAG Verständnis von Verantwortungsübernahme von einer starken Vision, welche vorsieht, mit innovativen und emissionsarmen Technologien massgeschneiderte und auf individuelle Bedürfnisse abgestimmte Mobilitätsdienstleistungen zu erbringen. Dafür investiert die AMAG viel in die Entwicklung und Kompetenzförderung ihrer Mitarbeitenden. Einen grossen Stellenwert hat das breite und zukunftsweisende Ausbildungsprogramm für Lernende sowie die Technologie- und Servicekompetenz zur optimalen Unterstützung der AMAG Kundinnen und Kunden. Zudem pflegt die AMAG eine enge Zusammenarbeit mit Partnern zur Förderung des Forschungsstandortes Schweiz. Mit dem AMAG Innovation & Venture LAB wird der aktive Austausch und die Zusammenarbeit mit Start-ups gesucht, um neue Entwicklungen optimal mit der AMAG Gruppe zu verknüpfen. Rückmeldungen und Feedbacks von involvierten Stakeholdern begegnet die AMAG mit Offenheit. Sie beteiligt sich aktiv am öffentlichen Dialog rund um Mobilität und informiert regelmässig auf Pressekonferenzen über die aktuelle Geschäftsentwicklung.

2-30

## Tarifverträge

### Prozentsatz der Angestellten, die unter Tarifverträge fallen

2020	2021	2022
8%	12%	27%*

\*Angaben ohne Helion

Der Anstieg 2022 resultiert grösstenteils aus der Neubeurteilung der GAV-Unterstellung von Berufsgruppen in bestehenden Betrieben.

# GRI 3

## Wesentlichkeitsanalyse und Liste der wesentlichen Themen

3-1

### Verfahren zur Bestimmung der wesentlichen Themen

Die Auswahl der wesentlichen Themen wurde 2022 durch Gespräche mit externen Experten bestätigt. Daraus resultierend ist das Thema Abfall als neues wesentliches Thema in die Berichterstattung aufgenommen und die Erhebung von Abfallmengen lanciert worden.

Alle anderen wesentlichen Themen wurden 2021 im Rahmen von persönlichen Gesprächen mit allen Führungskräften der einzelnen Business Units identifiziert und evaluiert. Für die Vorauswahl der wesentlichen Themen wurden Kriterien mit Blick auf die Relevanz und den Mehrwert für AMAG spezifische Stakeholder, die Gesellschaft und den globalen Impact gemäss Sustainable Development Goals herangezogen. Weitere Informationen siehe Seite 17 in diesem Bericht. Darauf aufbauend hat der Fachbereich Corporate Development zusammen mit der Leitung Group Sustainability und externen Fachpersonen die verschiedenen Themen weiter eingegrenzt. Die ausgewählten Themen wurden daraufhin in der Geschäftsleitung diskutiert und dem Verwaltungsrat zur Vernehmlassung präsentiert. Schliesslich wurden die priorisierten Themen dem Group Sustainability Board (bestehend aus der Geschäftsleitung und allen Finanzleitenden) vorgelegt und final verabschiedet.

3-2

### Liste der wesentlichen Themen

Die als wesentlich identifizierten Themen sind den Fokusbereichen von AMAG Verantwortung zugeordnet und Teil der Gruppenstrategie der AMAG:

<b>Fokusbereich</b>	<b>Wesentliche Themen</b>
AMAG Net Zero	Energie, Emissionen, Abfall
AMAG Engage	Aus- und Weiterbildung, Diversity und Chancengleichheit
AMAG Fairplay	Compliance, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Schutz von Kundendaten

# GRI 302

## Energie

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Energie ist ein wichtiger Faktor im betrieblichen Alltag der AMAG, beispielsweise bei der Nutzung und beim Unterhalt von Betriebsliegenschaften, in der Sicherstellung der IT-Infrastruktur und -Systeme, bei allen Logistikdienstleistungen sowie in den betrieblichen Prozessen der Karosserie- und Lackbetriebe und den AMAG eigenen Garagen. Die Nachhaltigkeitsstrategie der AMAG Gruppe wurde 2021 neu verabschiedet. Jede Business Unit wurde dabei verpflichtet, geeignete Teilziele und Massnahmen zu definieren. Gruppenweite Kennzahlen steuern und kontrollieren den Fortschritt und werden quartalsweise rapportiert. Der Reporting-Prozess ist im Group Controlling integriert, womit ein stimmiges ESG-Reporting gewährleistet ist. Die AMAG Import AG und die mobilog AG haben ein Umweltmanagementsystem gemäss ISO 14001:2015 umgesetzt. Darin formulierte Zielsetzungen sind im Einklang mit den übergeordneten Nachhaltigkeitszielen der AMAG Gruppe wie oben skizziert.

Die AMAG will bis 2025 ein klimaneutrales Unternehmen werden und möchte bis dahin mindestens 30 Prozent ihrer Scope-1- und -2-Emissionen reduzieren. Ein wichtiger Stellhebel sind dabei die kontinuierliche Verbesserung und Optimierung aller Energieaufwendungen, die für alle Betriebsliegenschaften in einem Mehrjahresplan umgesetzt werden. Neue Standorte werden wo möglich mit fossilfreier Energieerzeugung erstellt, zum Beispiel durch Erdsonden, Wärmepumpen oder den Anschluss an lokale Fernwärmenetze. Energieintensive Prozesse im Bereich Karosserie und Lack werden mit Wärmerückgewinnung ergänzt. Für bestehende Standorte wird ein Phase-out-Plan für den Ausstieg aus der fossilen Energieerzeugung entwickelt, abhängig vom Lebenszyklus der Anlage und der Verfügbarkeit von Alternativen. Für grosse Standorte setzt die AMAG seit 2013 bereits die Vorgaben des Grossverbrauchermodells der Energie Agentur der Wirtschaft (ENAW) um, welche Zielwerte und einen Zielpfad definieren, die sich von den Klimazielen der Schweiz ableiten. Geplant ist, das Grossverbrauchermodell bis 2026 auf alle weiteren Standorte auszurollen.

## Energieverbrauch innerhalb der Organisation ☉

in MWh	2020	2021	2022
Heizöl	9'131	6'488	9'520
Erdgas	24'195	24'562	18'427
Biogas	327	1'366	271
Holzchnitzel	163	0	25
Propan	0	217	877
Diesel	40'546	25'134	19'286
Benzin	28'932	26'621	29'872
Strom (andere Quelle, erneuerbare Quelle)	37'891	36'360	37'612
Strom (andere Quelle, nicht erneuerbare Quelle/Schweizer Strommix)	1'255	1'893	2'069
Fernwärme	4'746	4'583	4'213
<b>Total in MWh</b>	<b>147'186</b>	<b>127'224</b>	<b>122'172</b>

Die Daten beziehen sich auf alle Betriebsliegenschaften (Standorte in Eigentum und Miete) der AMAG Group AG, ohne die Helion AG. Kleinstflächen in Miete (Anteil ca. 20% am Gesamt der Betriebsliegenschaften) wurden pauschal mit einem durchschnittlichen Verbrauch von 150 kWh/m<sup>2</sup> Energiebezugsfläche bewertet (Referenz Gebäudepark 2050 – Vision des BFE, 2022) und anteilig in 60% Heizen und 40% Strom aufgeteilt (Referenz Energieinstitut der Wirtschaft GmbH, 2012). Der Anteil Heizen wurde ausschliesslich mit fossilen Brennstoffen faktorisiert (Erdgas und Heizöl), der Anteil Strom wurde mit dem Schweizer Strommix faktorisiert. Die Datenperiode umfasst bei allen Verbrauchsmengen zwölf Monate. Je nach Verfügbarkeit und aufgrund unterjähriger Abrechnungsstichtage ist der Erhebungszeitraum bei einzelnen Lieferanten dafür durch Schätzung angepasst worden. Propan wurde in den Jahren 2019 und 2020 in die Kategorie Erdgas inkludiert. Seit 2021 wird Propan separat ausgewiesen. Durch die Anpassung der Erhebungsmethode auf Basis von Lieferantendaten konnten die Propanmengen im Berichtsjahr exakter erhoben werden, was den starken Anstieg im Vergleich zum Vorjahr erklärt. Im Basisjahr 2019 betrug das Total in MWh 160'996.

## Verringerung des Energieverbrauchs

Für Informationen siehe Angabe 305-5, Seite 69 in diesem Bericht. Eine umfassende Abdeckung der Angabe 302-4 ist aktuell im Aufbau und ist für die kommenden Berichtsjahre geplant.

☉ Ernst & Young AG hat eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit für die KPIs Energie (Angabe 302-1, Seite 64) und Emissionen (Angaben 305-1, 305-2, 305-3, Seite 66 bis 67) für das Berichtsjahr 2022 durchgeführt. Die entsprechenden Abschnitte sind mit einem ☉ markiert. Der Prüfungsbericht ist auf den Seiten 50 bis 51 dieses Berichts beigefügt.

# GRI 305

## Emissionen

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Emissionen der Kategorie Scope 1 und 2 entstehen bei der AMAG vor allem durch den Betrieb und den Treibstoffverbrauch der eigenen Flottenfahrzeuge, aber auch durch Heizölverbräuche in den Betriebsliegenschaften. Für die Kategorien Scope 1 und Scope 2 hat die AMAG sich gegenüber SBTi verpflichtet, bis 2025 die Emissionen um mindestens 30 Prozent und bis 2030 um 70 Prozent zu reduzieren. Dafür wird seit 2021 die gesamte Dienstwagenflotte elektrifiziert, was mittelfristig zu erheblichen Einsparungen von Diesel und Benzin führen wird. Weitere Verbräuche werden im Zuge der Immobilienbewirtschaftung und durch energetische Sanierungen erreicht. Um das Ziel der Klimaneutralität in den Kategorien Scope 1 und 2 ab 2025 zu erreichen, investiert die AMAG sowohl in Klimaschutzprojekte als auch in neue Technologien zur Eliminierung verbleibender Emissionen. In der Kategorie Scope 3 fallen Emissionen bei der AMAG vor allem durch den Verkauf und den Vertrieb von Fahrzeugen an. Weitere Emissionen entstehen durch den Pendlerverkehr der Mitarbeitenden und den Transport von Waren und Fahrzeugen. Das langfristige Reduktionsziel der Scope-3-Emissionen liegt bei 90 Prozent bis 2040. Bereits bis 2025 sollen sie um mindestens 30 Prozent gesenkt werden. Die Reduktion von Emissionen durch verkaufte Fahrzeuge steuert die AMAG aktiv durch die zunehmende Elektrifizierung und die enge Zusammenarbeit mit dem Hersteller. So lag der Marktanteil reiner Elektrofahrzeuge 2022 in der Schweiz bei 17,8 Prozent, die AMAG konnte im vergangenen Jahr die Marktführerschaft mit 12'458 neu zugelassenen reinen Elektrofahrzeugen ausbauen und um 27,6 Prozent steigern. Zukünftig werden neue Mobilitätskonzepte und Serviceangebote wie Fahren und Laden aus einer Hand und die Förderung der Servicequalität von Händlern in der Beratung und Wartung von Elektrofahrzeugen eine zunehmende Rolle spielen. Beim Transport von Waren und Dienstleistungen arbeitet die AMAG stetig an der Reduktion des Treibstoffverbrauchs pro gefahrenen Kilometer. Auch wurde im Berichtsjahr die Zusammenarbeit mit dem Händler- und Vertriebsnetz der AMAG in puncto Nachhaltigkeit gestärkt.

Der Fortschritt wird, wie im Bereich Energie, durch gruppenweite Kennzahlen gesteuert, kontrolliert und quartalsweise rapportiert. Das Thema Abfall ist seit dem Berichtsjahr 2022 ein neues wesentliches Thema und wird zukünftig ebenfalls in das KPI-Cockpit integriert. Der Reporting-Prozess ist im Group Controlling integriert, womit ein stimmiges ESG-Reporting gewährleistet ist. Die AMAG Import AG und die mobilog AG haben ein Umweltmanagementsystem gemäss ISO 14001:2015 umgesetzt. Darin formulierte Zielsetzungen sind im Einklang mit den übergeordneten Nachhaltigkeitszielen der AMAG, wie oben skizziert. Für die verbleibenden Emissionen hat die AMAG eine Kompensations- und Eliminationsstrategie erarbeitet. Um intern Massstäbe zu setzen, werden Projekte mit einem internen CO<sub>2</sub>-Preis von 120 Schweizer Franken pro Tonne CO<sub>2</sub> belegt. Die Einnahmen fliessen in den AMAG Klimafonds und werden in klimafördernde Massnahmen und Partnerschaften investiert. Unter anderem besteht eine enge Zusammenarbeit mit Synhelion, welche mittels Solarenergie CO<sub>2</sub> in synthetische Treibstoffe umwandelt. Synthetische Treibstoffe ermöglichen es zukünftig, auch Classic Cars mit erneuerbaren Treibstoffen und daher klimaneutral zu betreiben.

305-1

## **Direkte THG-Emissionen** ☑ (Scope 1)

Details siehe Tabelle: AMAG Treibhausgasemissionen Scope 1, 2 und 3, Seite 67

305-2

## **Indirekte energiebedingte THG-Emissionen** ☑ (Scope 2)

Details siehe Tabelle: AMAG Treibhausgasemissionen Scope 1, 2 und 3, Seite 67

## Sonstige indirekte THG-Emissionen ☺ (Scope 3)

Details siehe Tabelle: AMAG Treibhausgasemissionen Scope 1, 2 und 3, Seite 67

in Tonnen CO <sub>2</sub> -eq	2020	2021	2022
<b>Total Scope-1-Emissionen</b>	<b>27'332</b>	<b>22'104</b>	<b>19'605</b>
Heizöl	2'429	1'726	2'535
Erdgas	4'863	4'937	3'712
Propan	0	50	202
Diesel	10'866	6'736	5'166
Benzin	9'108	8'380	7'936
davon biogene Emissionen			
Biogas	66	275	54
<b>Total Scope-2-Emissionen</b>	<b>805</b>	<b>880</b>	<b>857</b>
Strom (nicht erneuerbare Quelle nach CH-Strommix)	188	284	310
Fernwärme	617	596	547
<b>Total Scope-1- und -2-Emissionen</b>	<b>28'137</b>	<b>22'984</b>	<b>20'463</b>
<b>Total Scope-3-Emissionen</b>	<b>3'253'861</b>	<b>3'001'500</b>	<b>3'010'055</b>
Emissionen aus Geschäftstätigkeit und Betrieb (Emissionen aus eingekauften Produkten, Dienstleistungen, Abfall, Geschäftsreisen, Hotelübernachtungen und Investments)	517'739	560'479	919'098
Emissionen aus verkauften Fahrzeugen, inkl. Nutzungsphase	2'736'121	2'441'021	2'090'957
<b>Total Scope-1-, -2- und -3-Emissionen</b>	<b>3'281'998</b>	<b>3'024'484</b>	<b>3'030'518</b>

AMAG Treibhausgasemissionen Scope 1, 2 und 3

Berechnet nach den Richtlinien des Greenhouse Gas Protocols

**Methode:** Im Basisjahr 2019 betrug das Gesamt an Scope-1-, -2- und -3-Emissionen 4'113'168 Tonnen CO<sub>2</sub>e, davon Scope-1- und -2-Emissionen 31'558 Tonnen CO<sub>2</sub>e; Scope-3-Emissionen 4'081'611 Tonnen CO<sub>2</sub>e. Das Basisjahr wurde auf 2019 festgelegt, um die Bedingungen eines möglichst normalen Geschäftsjahres als Referenz für den Reduktionspfad abzubilden. Die Treibhausgasemissionen wurden erstmals 2022 rückwirkend für die Jahre 2019, 2020 und 2021 für die AMAG Gruppe erhoben (Operational Control Ansatz). Im Berichtsjahr wurde die Erhebungsmethode weiter präzisiert. Die Scope-3-Emissionen wurden für alle zutreffenden Kategorien gemäss GHGP auf Basis von Inputdaten berechnet. Die Berechnung stützt sich auf eine Reihe von für die Datenerhebung massgeschneiderten Methoden. Die Berechnung der Scope-3-Emissionen, Kategorie 1 und 2, erfolgte über die Kosten und die sektorale Kategorisierung von Ausgaben gemäss der Carnegie-Mellon-Methode; für die weiteren Kategorien wurden die passenden Emissionsfaktoren und Ansätze aus der Literatur

und aus der Praxis angewendet. Für die Scope-1- und -2-Emissionen wurden die Verbrauchsmenge auf Ebene Standort und eine direkte Erhebung beim Lieferanten erhoben (weitere Informationen siehe GRI 302-1, Seite 64 in diesem Bericht). Die Erhebung der Scope-3-Emissionen basiert für alle Kategorien auf spezifischen Inputdaten, welche gemäss den Anforderungen des GHGP faktorisiert und berechnet wurden. Für die Berechnung der Kategorie 15, Investments, wurde ein Tool-basiertes Screening durchgeführt.

**Scope 1:** direkte Treibhausgasemissionen, die zum Beispiel durch die Verwendung von diesel- und benzinbetriebenen Dienstfahrzeugen oder Heizungen entstehen.

**Scope 2:** indirekte Treibhausgasemissionen, die bei der Produktion von eingekauftem Strom und Fernwärme entstehen.

**Scope 3:** indirekte Treibhausgasemissionen, die in vor- oder nachgelagerten Geschäftsaktivitäten in der Wertschöpfungskette entstehen. Die Emissionen aus dem Verkauf von Fahrzeugen wurden auf Basis typengerechter Fahrzeugdaten gemäss WLTP (Standard gemäss Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure) berechnet, mit einer angenommenen Kilometerleistung von 200'000 km. Für das Jahr 2019 waren WLTP-Daten noch nicht durchgängig vorliegend. Hier wurden NEFZ-Daten (Neuer Europäischer Fahrzyklus) zugrunde gelegt. Für das Berichtsjahr 2022 konnten ausschliesslich WLTP-Werte verwendet werden. Investitionen in nicht vollkonsolidierte Beteiligungen wurden ebenfalls berücksichtigt (ausgenommen Helion AG, diese wird 2023 in die Treibhausgasbilanz integriert).

**Emissionsfaktoren:** Für die Umrechnung in Treibhausgasemissionen wurden die Emissionsfaktoren gemäss Faktenblatt des Treibhausgasinventars der Schweiz (BAFU 2022), Treibhausgasemissionen der Strom- und Fernwärmemixe Schweiz gemäss GHG Protocol nach Treeze (2017) sowie globale Durchschnittswerte gemäss World Input-Output Database (WIOD) verwendet. Berücksichtigte Emissionen umfassen CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> und N<sub>2</sub>O. Biogene Emissionen sind durch den Verbrauch von Holzschnitzeln und Biogas angefallen (siehe dazu Angabe 302-1 in diesem Bericht). Gemäss Faktenblatt des Treibhausgasinventars der Schweiz fallen durch den Verbrauch von Holzschnitzeln keine zu deklarierenden CO<sub>2</sub>-Emissionen an. Für die Berechnung von biogenen Emissionen aus der Verbrennung von Biogas wurde derselbe CO<sub>2</sub>-Emissionsfaktor wie für fossiles Erdgas verwendet.

## Senkung der THG-Emissionen

Im Vergleich zum Basisjahr 2019 sind die Emissionen der AMAG Gruppe insgesamt weiter gesunken. In den Kategorien Scope 1 und 2 ist dies vor allem in Effizienzsteigerungen in der Gebäude- und Wärmetechnik begründet, aber auch in der zunehmenden Elektrifizierung der eigenen Flotte und der damit einhergehenden Reduktion des Benzins- und insbesondere des Dieserverbrauchs. Aus dem gleichen Grund ist der Strombedarf gestiegen. Der Anstieg von Heizöl ist durch erhöhte Zukäufe von Heizöl Ende 2022 aufgrund der Energiekrise zurückzuführen. Aufgrund dieser wurden ab Herbst 2022 erhöhte Energiesparmassnahmen gefahren, welche weitere Rückgänge, wie beispielsweise von Erdgas, erklären. Die Scope-3-Emissionen sind insgesamt leicht gestiegen. Dies ist einerseits auf die detaillierte Methode zur Berechnung der Emissionskategorien gemäss GHGP zurückzuführen (siehe dazu Methode, Seite 67). Andererseits sind neu auch die Emissionen aus Pendlerfahrten berücksichtigt. Die Emissionen durch Geschäftsreisen sind im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen. Die Emissionen aus dem Verkauf von Fahrzeugen haben sich weiter reduziert und der Anteil an Steckerfahrzeugen und rein elektrischen Fahrzeugen ist 2022 im Vergleich zu 2019 und wie schon im Jahr 2021 weiter gestiegen. Eine umfassende Abdeckung der Angabe 305-5 ist aktuell im Aufbau und ist für das kommende Berichtsjahr geplant.

# GRI 306

## Abfall

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Abfall zu vermeiden und verwendete Materialien korrekt zu entsorgen oder weiterzuverwerten, ist ein wesentliches Anliegen der AMAG, Mitglied der Stiftung Auto Recycling Schweiz.

Die wesentlichsten Abfallkategorien fallen im Betrieb unserer Garagen an. Dazu zählen insbesondere Altreifen, Motoren- und Getriebeöl, Starterbatterien, Eisen- und Stahlschrott sowie Kartonabfälle.

Mit der zunehmenden Elektrifizierung der Mobilität nimmt der Bedarf an Lithium-Ionen-Batterien stetig zu. Gebrauchte Batterien gelten in der Schweiz als Sonderabfall und werden mit einer vorgezogenen Entsorgungsgebühr belegt, welche durch die INOBAT verwaltet wird. Der richtige Umgang und die richtige Entsorgung können zudem helfen, Ressourcen wie Lithium einzusparen.

Die AMAG hat für alle Abfallkategorien ein etabliertes Abfallsystem. In Zusammenarbeit mit einem professionellen Entsorgungsunternehmen werden Abfallmengen entsprechend der VVEA, der Verordnung über die Vermeidung und die Entsorgung von Abfällen des Bundesamt für Umwelt, entsorgt, recycelt oder wiederverwendet.

Für den Umgang mit Hochvoltbatterien hat sich die AMAG der Branchenlösung von auto-schweiz angeschlossen, welche vom Bundesamt für Umwelt und von der INOBAT anerkannt wurde (in Kraft getreten Sommer 2022; gültig bis Ende 2023). Trägerin der Schweizer Branchenlösung zur Rücknahme und Verwertung von Lithium-Ionen-Akkus ist die Genossenschaft sestorec. Um die Vorgaben der Branchenlösung zu erfüllen, hat die AMAG einen Prozess etabliert, der den Umgang mit Batterien klar regelt. Darin eingeschlossen sind die Fahrzeuge der Kategorien Battery Electric Vehicle (BEV), Hybrid Electric Vehicle (HEV) und Plug-in-Hybrid Electric Vehicle (PHEV).

Des Weiteren sind alle in Umlauf gebrachten Batterien der obigen Kategorien an sestorec zu melden, einschliesslich der durchgeführten Reparaturen, Wiederverwendung, Weiterverwendung und Entsorgung.

Für das Recycling der Hochvoltbatterien und einzelner Batteriemodule nutzt die AMAG ebenfalls das oben erwähnte etablierte Abfallsystem, mit welchem wir sicherstellen, dass sowohl der Transport als auch das Recycling durch zertifizierte Partner durchgeführt wird. Dies gilt unter Berücksichtigung verschärfter Vorschriften für die Verpackung und den Transport auch für kritische Batterien und Batteriemodule.

In Ausnahmefällen werden defekte Batterien oder Batteriemodule für Analyse-zwecke auch vom Hersteller angefordert. In diesem Fall organisiert AMAG Import AG zusammen mit dem Hersteller den Transport, inklusive der notwendigen Zollformulare.

Oberste Zielsetzung ist ein effizienter Recyclingprozess und dass möglichst viele Wertstoffe aus den Batterien und Batteriemodulen zur Wiederverwertung aufbereitet werden.

Die EU ist diesbezüglich an der Erarbeitung von entsprechenden Vorschriften, mit dem Ziel, den Herstellern klare Vorgaben zu erteilen, wie viel Prozent der Stoffe wiederverwertet werden müssen.

306-1

## **Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen**

Die Erhebung der Abfallmengen ist aktuell im Aufbau. Für erste Angaben zu den Auswirkungen des angefallenen Abfalls, siehe Management der wesentlichen Themen 306 Abfall, Seite 70 in diesem Bericht.

306-2

## **Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen**

Siehe Management der wesentlichen Themen 306 Abfall, Seite 70 in diesem Bericht.

306-3

## **Angefallener Abfall**

Die Erhebung der Abfallmengen ist aktuell im Aufbau.

306-4

## **Von Entsorgung umgeleiteter Abfall**

Die Erhebung der Abfallmengen ist aktuell im Aufbau.

306-5

## **Zur Entsorgung bestimmter Abfall**

Die Erhebung der Abfallmengen ist aktuell im Aufbau.

# GRI 404

## Aus- und Weiterbildung

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Die AMAG will sich zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller Mobilität entwickeln. Damit dieses Ziel erreicht werden kann, benötigt das Unternehmen fachlich kompetente, engagierte, innovative und leistungsbereite Mitarbeitende. Dabei kommt der Berufsausbildung sowie der regelmässigen Qualifizierung und Entwicklung der Mitarbeitenden eine zentrale Bedeutung zu. Die AMAG sichert die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Belegschaft durch ein umfassendes und bedarfsgerechtes Aus- und Weiterbildungsangebot – sei es durch die AMAG Academy oder durch Leadership & Development.

#### **Richtlinien, Verantwortlichkeiten und regulatorische Vorgaben**

Die Aus- und Weiterbildung wird im entsprechenden Aus- und Weiterbildungsreglement geregelt. Dabei unterstützt die AMAG den Gedanken des «Lifelong Learnings» mit grosszügigen Kostenbeteiligungen an betriebsrelevanten Aus- und Weiterbildungen. Sämtliche Ausbildungsangebote stehen grundsätzlich allen Mitarbeitenden offen, unabhängig von ihrem Geschlecht, ihrer Funktion oder ihrem Alter.

Die Verantwortung im Bereich Aus- und Weiterbildung liegt für alle werksrelevanten und technischen Ausbildungen bei der AMAG Academy und für Führungstrainings sowie Personalentwicklung bei der Fachabteilung Leadership & Development.

#### **Gestaltung der Aus- und Weiterbildungsprogramme**

Das Aus- und Weiterbildungsangebot der AMAG wird laufend überprüft und den strategischen Bedürfnissen des Unternehmens hinsichtlich «Future Skills» angepasst. Dabei steht das erfahrungsbasierte Lernen im Vordergrund, da sich dieses als besonders effektiv und effizient erwiesen hat.

Die Qualität der Ausbildungsinhalte und der eingesetzten Trainer wird regelmässig anhand von Teilnehmendenfeedbacks überprüft, ungenügend bewertete Inhalte werden überarbeitet oder Anbieter durch andere Fachpersonen ersetzt. Die systematische Bedarfserhebung erfolgt anlässlich des jährlichen Mitarbeitendengesprächs. Dies gibt der AMAG die Möglichkeit, sehr rasch und antizipierend auf sich ändernde Bedürfnisse zu reagieren und das Angebot anzupassen.

### **Digitalisierung und Entwicklung eines digitalen und agilen Mindsets**

Die Veränderung durch die Digitalisierung macht auch vor den Funktionen in der Automobilindustrie nicht halt und verändert teilweise fundamental, wie zukünftig gearbeitet wird. Um die Mitarbeitenden auf diese Veränderungen vorzubereiten, werden auch neue digitale Lernformen (online oder blended learning) eingesetzt, die sich grosser Beliebtheit erfreuen. Zusätzlich wurden in der gesamten Organisation Digitale Coaches ausgebildet, welche das Thema in der Belegschaft weiter vorantreiben. Ein spezielles Augenmerk kommt in diesem Bereich auch den AMAG Führungskräften zu, welche als Vorbilder den digitalen Wandel zusammen mit ihren Teams umsetzen und vorantreiben. Die Ausbildungsangebote für Führungskräfte (Leadership Basic, neue Führungskräfte@AMAG und ab 2023 auch das neue Programm «Advanced Leadership») reflektieren diesen Trend und adressieren unter anderem Themen wie «New Work», «hybrid Leadership», «Schaffen von psychologischer Sicherheit» usw.

### **Talentmanagement**

Neben den bedarfsgerechten Aus- und Weiterbildungsangeboten ist das strategische Talentmanagement ein weiterer ganz wichtiger Baustein zur Identifizierung, Entwicklung und Bindung von topqualifizierten Mitarbeitenden. In der AMAG werden die Talente jährlich systematisch über die flächendeckend stattfindenden Mitarbeitendengespräche identifiziert. Ein Talent weist auf der einen Seite einen ausserordentlichen Leistungsnachweis auf und demonstriert auf der anderen Seite den persönlichen Willen zur Weiterentwicklung und zur Übernahme einer neuen Funktion. Alle Talente erhalten einen persönlichen Entwicklungsplan (PEP), der die nächsten Karriereschritte und notwendigen Ausbildungen detailliert festlegt. In sogenannten «Talentkonferenzen» werden gewisse Talente Business Unit-übergreifend besprochen. Dadurch wird sichergestellt, dass die Talente systematisch in freiwerdende Funktionen bewegt und Schlüsselstellen mit entsprechenden Talenten besetzt werden.

404-1

## **Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten**

Die AMAG investiert jährlich in die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden und bietet ein breites Spektrum an Ausbildungsformaten und Lernressourcen an. Eine Erhebung der jährlich geleisteten Weiterbildungsstunden pro Person ist aktuell im Aufbau.

## Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

### **Vielfältiges Aus- und Weiterbildungsangebot**

Die Mitarbeitenden der AMAG können sich direkt über Lernplattformen (Learn, REXX) für sämtliche angebotenen Trainings einschreiben. Der Fokus liegt auf Fach-, Methoden- und Führungskompetenzen, persönlichen und sozialen Kompetenzen, automobiltechnischen Kompetenzen, Verkaufswissen, Projektmanagement, IT-Anwenderskills sowie Fremdsprachen. Zusätzlich werden auf Anfrage oder Bedarf spezifische Programme für einzelne Abteilungen, Teams oder Business Units entwickelt. Dazu gehören beispielsweise Telefontrainings für Mitarbeitende im Callcenter oder spezifische Führungstrainings für Führungskräfte in tieferen Hierarchiestufen. Ebenfalls Teil des Angebots sind Schulungen zu neuen Regulierungen und Themen wie Risikomanagement, Revision und Compliance sowie Datenschutz und Arbeitssicherheit.

Um auch die ältere Belegschaft möglichst lange fit im Arbeitsprozess zu halten, hat die AMAG das Programm «Long Term Empowerment (LTE)» entwickelt. Hier werden spezifische Angebote für Mitarbeitende Ü50 zusammengefasst, welche die digitale, körperliche wie geistige Fitness ansprechen. Im Jahr 2021 wurde das Mentoring-Programm sehr erfolgreich implementiert, in dem erfahrene Führungskräfte ihr Wissen und ihr Know-how jüngeren Führungspersonen zur Verfügung stellen und sie so in ihrer Entwicklung unterstützen.

Die AMAG legt grossen Wert auf die Ausbildung des Nachwuchses und die Förderung der jungen Talente. Sie gehört zu den führenden Ausbildungsstätten der Schweiz. Zurzeit lernen über 700 Lernende in 13 verschiedenen Lehrberufen von der Werkstatt über die Logistik und den Detailhandel und bis hin zum Büro. Rund 10 Prozent der Lernenden werden zudem im Programm «Young Talents» speziell gefördert. Damit alle Lernenden gut ausgebildet werden können, besuchen ihre Berufsbildenden jährliche Weiterbildungsmodule.

### **Leistungsbeurteilung**

Die AMAG schreibt jährlich verpflichtende Mitarbeitendengespräche vor, in denen die individuelle Weiterbildung und Karriereplanung thematisiert und geplant wird. Die Kontrolle durch die Personalabteilung ergab für das Jahr 2022 eine Durchführungsquote von 99 Prozent.

## Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten

	2020	2021	2022
Anteil Angestellte mit Leistungsbeurteilung	79%	77%	75%
Anteil Männer mit Leistungsbeurteilung	79%	77%	76%
Anteil Frauen mit Leistungsbeurteilung	75%	75%	74%
Anteil Angestellte im Vertrieb mit Leistungsbeurteilung	98%	95%	93%
Anteil Angestellte in der Verwaltung mit Leistungsbeurteilung	75%	74%	74%
Anteil Angestellte in der Werkstatt und im Lager mit Leistungsbeurteilung	73%	71%	69%

# GRI 405

## Diversität und Chancengleichheit

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Die AMAG erkennt, dass gemischte Teams eine Vielfalt an Ideen und Perspektiven einbringen. Sie ermöglichen damit die Erarbeitung von besseren Lösungen und Dienstleistungen für die Kundinnen und Kunden. Diversität sieht die AMAG als grosse Chance für ein besseres gegenseitiges Verständnis sowie eine wertschätzende und lebendige Kultur. Bei der AMAG arbeiteten im Berichtsjahr 83,3 Prozent Männer und 16,7 Prozent Frauen aus 71 verschiedenen Nationen.

#### **Mehr Diversität durch flexible Arbeitsmodelle und die Förderung von Teilzeit**

Vielfalt und Chancengerechtigkeit sind wichtige Elemente der Unternehmensstrategie. Allen Mitarbeitenden stehen die gleichen Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung offen – unabhängig von Alter, Nationalität, privaten Lebensumständen oder Familienstand. Der Bereich Human Resources definiert im Rahmen der Diversity-Strategie Massnahmen zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit. Dazu gehören unter anderem flexible Arbeitsmodelle, Homeoffice sowie die Förderung von Teilzeitstellen über alle Funktionen hinweg.

2022 hat sich die AMAG eine Ambition zur Förderung von Frauen in der Belegschaft gesetzt. Bis 2025 möchten wir den Anteil weiblicher Lernender auf 20 Prozent verdoppeln und bis 2028 sollen über 25 Prozent der Kaderpositionen mit Frauen besetzt sein.

#### **Chancengleichheit fördern**

Gesamthaft konnte die AMAG ihren Frauenanteil gegenüber dem Vorjahr leicht steigern. 2022 beträgt der Frauenanteil an allen Mitarbeitenden 16,7 Prozent, im Kader sind es 15,0 Prozent und bei den Lernenden 11,7 Prozent.

Die AMAG will die Geschlechter- und Generationenvielfalt in den nächsten Jahren durch ein umfassendes Massnahmenpaket erhöhen. Businessspezifische Zielwerte und regelmässige Auswertungen bilden die Basis für alle Massnahmen. Ein grosser Fokus liegt auf der Attraktivität für und Rekrutierung von diversen Mitarbeitendenprofilen, der aktiven Förderung von Teilzeit- und Jobsharing-Angeboten sowie der Etablierung von Lifelong Learning und Quereinsteigerprogrammen.

## Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten

	2020	2021	2022
<b>Verwaltungsrat</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Frauen	1	1	1
Männer	5	4	5
<b>Geschäftsführung</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
Frauen	1	1	2
Männer	11	13	12
Altersgruppe 30 und jünger	0	0	0
Altersgruppe zwischen 30 und 50	2	6	7
Altersgruppe über 50	10	8	7
<b>Weiteres Topmanagement</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>16</b>
Frauen	1	1	1
Männer	16	16	15
Altersgruppe 30 und jünger	0	0	0
Altersgruppe zwischen 30 und 50	6	4	3
Altersgruppe über 50	11	13	13

### Total Mitarbeitende

	2020	2021	2022
<b>Total</b>	<b>6064</b>	<b>6224</b>	<b>6562</b>
Frauen	969	1014	1092
Männer	5095	5210	5470
<b>Mitarbeitende Altersgruppe 30 und jünger</b>	<b>2128</b>	<b>2171</b>	<b>2345</b>
Frauen	340	351	386
Männer	1788	1820	1959
<b>Mitarbeitende Altersgruppe zwischen 30 und 50</b>	<b>2693</b>	<b>2772</b>	<b>2885</b>
Frauen	451	474	500
Männer	2242	2298	2385
<b>Mitarbeitende Altersgruppe über 50</b>	<b>1243</b>	<b>1281</b>	<b>1332</b>
Frauen	178	189	206
Männer	1065	1092	1126

per jeweiligem Stichdatum 31.12.

## Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern

Die AMAG hat 2020 eine umfassende Analyse zur Lohngleichheit von einem externen Anbieter durchführen lassen. Die Fair-ON-Pay Analyse wurde von der Comp-On AG durchgeführt und umfasst die Feststellung der Lohngleichheit auf Unternehmensebene mit dem Lohngleichheitsinstrument des Bundes (Logib). Dabei führen Experten auf der Grundlage der Mitarbeitendendaten Analysen nach einem systematischen Prozess durch. Die Hauptanalyse sowie sämtliche Subanalysen bestätigen mit hoher Zuversicht, dass die AMAG Gruppe sowie alle über 100 Mitarbeitenden umfassenden Sub-Entitäten die betriebliche Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern innerhalb der aktuellen Logib-Vorgaben klar einhalten. Mit der Zertifizierung geht die AMAG nicht nur deutlich über die vom Gesetzgeber geforderte Überprüfung hinaus, sondern liegt mit ihrem Resultat auch über dem vom Gesetzgeber definierten Toleranzbereich von 5 Prozent. Eine statistisch belegte Diskriminierung ist somit ausgeschlossen.

# GRI 206

## Compliance

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Die AMAG bekennt sich zu fairem Wettbewerb und ethisch und rechtlich korrektem Verhalten – jederzeit und ohne Vorbehalte. Die AMAG hat dazu Verhaltensgrundsätze erlassen, welche die wesentlichen Grundsätze definieren, die für die Mitarbeitenden der AMAG bindend sind. Dazu gehört auch die strikte Einhaltung des Kartellgesetzes. Alle Mitarbeitenden haben die Einhaltung der AMAG Verhaltensgrundsätze schriftlich bestätigt. In Bezug auf illegale Wettbewerbsabreden gilt eine strikte Nulltoleranzpolitik. Dieser Grundsatz wird regelmässig und aktiv kommuniziert, beispielsweise bei Mitarbeitendenmeetings, in Managementpräsentationen und im Intranet. Beschwerden und Vorkommnisse können über eine unabhängige Meldestelle gemeldet werden.

Die Verhaltensgrundsätze sind Teil eines umfassenden Compliance-Programms unter der Leitung der AMAG Abteilung Legal & Compliance. Legal & Compliance erlässt gruppenweite Richtlinien zu verschiedenen Themen aus dem Bereich «Compliance», die ebenfalls bindend sind. Die Richtlinie zum Kartellrecht ist für alle Mitarbeitenden jederzeit einsehbar. Gezielte Schulungsprogramme unterstützen die Mitarbeitenden der AMAG bei der Einhaltung aller gesetzlichen Vorschriften.

Insgesamt hat die Abteilung «Legal & Compliance» über 2000 Mitarbeitende in Präsenzschulungen zum Thema Kartellrecht geschult. Das Management der AMAG Automobil und Motoren AG wird regelmässig und vertieft zum Thema Kartellrecht geschult und sensibilisiert. Das Thema Compliance und insbesondere Kartellrecht bildet auch einen festen Bestandteil der AMAG internen Schulungen für neue Führungskräfte.

Zusätzlich hat die AMAG ein E-Learning zu den AMAG Verhaltensgrundsätzen ausgerollt, welches für alle Mitarbeitenden obligatorisch ist und auch das Thema Kartellrecht adressiert. Aktuell ist dieses von über 6000 Mitarbeitenden absolviert worden. Alle Mitarbeitenden, welche die Compliance-Schulung absolviert haben, unterzeichnen eine schriftliche Bestätigung, in der sie sich zur strikten Einhaltung des Kartellrechts verpflichten. Mitarbeitende des Managements sowie Mitarbeitende, die im Vertrieb tätig sind, unterzeichnen diese Bestätigung jährlich.

## Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung

Im Berichtsjahr 2022 wurde das 2018 eröffnete Untersuchungsverfahren der eidgenössischen Wettbewerbskommission gegen die AMAG Group AG und die AMAG Automobil und Motoren AG sowie verschiedene andere Konzessionäre der Volkswagen Marken im Kanton Tessin abgeschlossen. Die Automobil und Motoren AG und sechs weitere Autohändler hatten im Kanton Tessin von 2006 bis 2018 unzulässige Wettbewerbsabreden getroffen. Die AMAG Gesellschaften haben bei der Untersuchung vollumfänglich kooperiert und die verhängte Sanktion akzeptiert.

Im Berichtsjahr waren keine weiteren Rechtsverfahren aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens hängig oder eröffnet worden.

Die AMAG setzt alles daran, ein solches Verhalten zukünftig zu vermeiden. Die AMAG bekennt sich zu fairem Wettbewerb und ethisch und rechtlich korrektem Verhalten – jederzeit und ohne Vorbehalte. Die AMAG hat dazu Verhaltensgrundsätze erlassen, welche die wesentlichen Grundsätze definieren, die für die Mitarbeitenden der AMAG bindend sind. Dazu gehört auch die strikte Einhaltung des Kartellgesetzes. Alle Mitarbeitenden haben die Einhaltung der AMAG Verhaltensgrundsätze schriftlich bestätigt. In Bezug auf illegale Wettbewerbsabreden gilt eine strikte Nulltoleranzpolitik. Dieser Grundsatz wird regelmässig und aktiv kommuniziert, beispielsweise an Mitarbeitendenmeetings, Managementpräsentationen und im Intranet. Beschwerden und Vorkommnisse können bei einer unabhängigen Meldestelle gemeldet werden.

Die Verhaltensgrundsätze sind Teil eines umfassenden Compliance-Programms unter der Leitung der AMAG Abteilung Legal & Compliance. Legal & Compliance erlässt gruppenweite Richtlinien zu verschiedenen Themen aus dem Bereich «Compliance», die ebenfalls bindend sind. Die Richtlinie zum Kartellrecht ist für alle Mitarbeitenden jederzeit einsehbar. Gezielte Schulungsprogramme unterstützen die Mitarbeitenden der AMAG bei der Einhaltung aller gesetzlichen Vorschriften.

Insgesamt hat die Abteilung Legal & Compliance über 2000 Mitarbeitende in Präsenzs Schulungen zum Thema Kartellrecht geschult. Das Management wird regelmässig und vertieft zum Thema Kartellrecht geschult und sensibilisiert. Das Thema Compliance und insbesondere Kartellrecht bildet auch einen festen Bestandteil der AMAG internen Schulungen für neue Führungskräfte. Alle Mitarbeitenden, welche die Schulung zum Kartellrecht absolviert haben, unterzeichnen eine schriftliche Bestätigung, in der sie sich zur strikten Einhaltung des Kartellrechts verpflichten. Mitarbeitende des Managements sowie Mitarbeitende, die im Vertrieb tätig sind, unterzeichnen diese Bestätigung jährlich.

Zusätzlich hat die AMAG ein E-Learning zu den AMAG Verhaltensgrundsätzen ausgerollt, welches für alle Mitarbeitenden obligatorisch ist und auch das Thema Kartellrecht adressiert. Aktuell ist dieses von über 6000 Mitarbeitenden absolviert worden.

Die AMAG hat zudem ein Hinweisgeberportal implementiert, über das beobachtete oder vermutete Compliance-Verstöße – auf Wunsch auch anonym – gemeldet werden können. Alle Hinweise werden untersucht und bei Bedarf werden notwendige Massnahmen ergriffen.

# GRI 403

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Die Vermeidung von Sicherheitsrisiken und die Sicherstellung der Gesundheit aller Mitarbeitenden ist für die AMAG von zentraler Bedeutung. Die Steuerung erfolgt zentral durch Human Resources und den Leiter Sicherheit und Gesundheit. Die Anforderungen sind je nach Geschäftsfeld und Arbeitsumfeld unterschiedlich. Pro Standort gibt es eine Sicherheitsbeauftragte oder einen Sicherheitsbeauftragten, die oder der bei der Umsetzung und der Kontrolle der Vorgaben unterstützt. Ein strukturiertes und aktiv umgesetztes Schulungskonzept ergänzt die Umsetzung an allen Standorten.

403-1

### Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheit

Seit dem 1. Januar 2000 muss die EKAS-Richtlinie Nr. 6508 über den Beizug von Arbeitsärzten und anderen Spezialisten der Sicherheit in der Schweiz umgesetzt sein. Die Richtlinie basiert auf dem Unfallversicherungsgesetz (UVG) und der Verordnung über die Verhütung von Unfällen und Berufskrankheiten (VUV). Sie konkretisiert die Pflichten der Arbeitgeber über den Beizug von Spezialistinnen und Spezialisten der Sicherheit: Im Rahmen der allgemeinen Pflichten (Art. 3-10 VUV und Art. 3-9 ArGV3) ermitteln alle AMAG Betriebe die auftretenden Gefährdungen für die Sicherheit und die Gesundheit der Arbeitnehmenden und treffen die erforderlichen Schutzmassnahmen und Anordnungen nach den anerkannten Regeln der Technik. Die AMAG prüft die getroffenen Schutzmassnahmen und Schutzeinrichtungen regelmässig, insbesondere bei betrieblichen Veränderungen. Die AMAG Group AG verfügt über ein eigenes betriebliches Sicherheitssystem mit einem eigenen Spezialisten der Sicherheit für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, welches der EKAS-Richtlinie 6508 entspricht und auch durch die EKAS zertifiziert wurde.

## Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen

Die AMAG ist verpflichtet, Massnahmen zur Verhütung von Unfällen und Gesundheitsschäden zu treffen. Deshalb müssen Gefährdungen und Belastungen in allen Betrieben ermittelt werden. Die Gefährdungsermittlung ist die Grundlage für die Massnahmenplanung. Die systematische Gefährdungsermittlung wird mit unserem Sicherheitssystem (ASA Control) jährlich mittels Gefahrenermittlungsschecklisten durch die Standortsicherheitsbeauftragten durchgeführt.

Alle unerwünschten Ereignisse wie Unfälle, Beinaheunfälle und Sachschäden werden systematisch erfasst und abgeklärt, um ähnliche Ereignisse in Zukunft zu vermeiden und das betriebliche Sicherheitssystem stetig zu verbessern.

In der Sicherheit sind bei der Planung von Massnahmen stets jene Schutzmassnahmen gesucht, welche eine ermittelte Gefährdung am wirkungsvollsten neutralisieren. Das STOP-Prinzip ordnet die Schutzmassnahmen nach ihrer Wirkungsqualität und zeigt, welche Art von Massnahmen zu bevorzugen ist. Mit der Anwendung des STOP-Prinzips können sich Mitarbeitende vor Verletzungen oder Erkrankungen schützen. «STOP» ist zugleich einprägsam und impliziert grundsätzlich: Halt an, überlege und werte, bevor du handelst. Dies entspricht dem Kerngedanken von «STOP».

### STOP

<b>S</b>	Substitution	Gefährliches Produkt durch ein weniger gefährliches Produkt ersetzen
<b>T</b>	Technik	Sicherheitseinrichtungen anbringen (Geländer, Abdeckungen usw.)
<b>O</b>	Organisation	Zutrittsverbot in Gefahrenzone, Arbeitsanweisung, Festlegung von Kontrollen
<b>P</b>	Person	Schutz der Person durch PSA, Schulung der Person

## Arbeitsmedizinische Dienste

Das AEH Zentrum für Arbeitsmedizin führt im Rahmen der Dienstleistungen für die Betriebsgruppenlösung AMAG die arbeitsmedizinischen Leistungen gemäss der schweizerischen Gesetzgebung (EKAS 6508) sowie weitere betriebsärztliche Leistungen aus. Die arbeitsmedizinischen Aspekte sind in der AMAG Betriebsgruppenlösung, Kapitel 9 (sowie Anhängen) geregelt. Zu den Leistungen gehören folgende Punkte:

- Durchführung von Risiko- und Gefährdungsermittlungen auf kollektiver Ebene
- Beratung der Arbeitgebenden (Geschäftsleitung und Linienvorgesetzte) und der Arbeitnehmenden bezüglich Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz (inkl. Sprechstunde)
- Erarbeitung von Vorschlägen zur Verhütung von Unfällen, Berufskrankheiten und zur Sanierung von Gefahrenstellen
- Organisation der Ersten Hilfe, medizinischen Notversorgung und Rettung
- Beurteilung von Aspekten des Gesundheitsschutzes aus arbeitsmedizinischer Sicht
- Untersuchung von Arbeitsplatzsituationen im Hinblick auf die Prävention von Berufskrankheiten
- Eintritts- und Kontrolluntersuchungen zur Beurteilung der Tauglichkeit der Arbeitnehmenden für die vorgesehene oder aktuelle Tätigkeit (auf Anfrage)
- Beratung bei der medizinischen und beruflichen Rehabilitation und Reintegration von Arbeitnehmenden (auf Anfrage)
- Durchführung von Mutterschutzrisikobeurteilungen

Zur Erfüllung der Aufgaben hat AEH ein arbeitsmedizinisches Team mit sechs Fachärzten (eine genaue Liste ist im Internet unter [sgarm.ch/wordpress](http://sgarm.ch/wordpress) abrufbar) sowie weiteres medizinisches Fachpersonal. AEH verfügt über sämtliche Bewilligungen zur Ausführung der Tätigkeiten.

Sämtliche medizinischen Daten unterliegen dem Arztgeheimnis und werden gemäss den Datenschutzvorgaben gehandhabt. AEH verfügt dazu über eine speziell gesicherte Arbeitsmedizinsoftware (ISISMED).

## Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation & Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Den Arbeitnehmenden der AMAG oder ihren Vertretern sowie den zuständigen Vorgesetzten stehen gemäss MwG Art. 10, UVG Art. 82 Absatz 2, VUV Art. 6a, ArG Art. 6 sowie ArGV3 Art. 5 und 6 besondere Mitwirkungsrechte zu. Diese beinhalten den Anspruch auf frühzeitige und umfassende Anhörung sowie das Recht, Vorschläge zu unterbreiten, bevor die AMAG als Arbeitgeberin einen Entscheid fällt. Die Arbeitgeberin hat ihren Entscheid zu begründen, wenn er den Einwänden oder Vorschlägen der Arbeitnehmenden nicht oder nur teilweise Rechnung trägt.

Auf Ebene Trägerschaft (Geschäftsleitung AMAG) besteht eine Mitwirkung durch eine Arbeitnehmervertretung und einen Arbeits- und Sicherheitsexperten, den sogenannten ASA-Spezialisten. Die Arbeitnehmervertretung und der ASA-Spezialist bzw. die ASA-Spezialistin sind im Rahmen der Trägerschaft voll in den Steuerungsausschuss integriert.

Auf der Ebene der AMAG Betriebe hat die Mitwirkung der Beschäftigten unter anderem zum Ziel, den betrieblichen Dialog zu fördern und damit zu einer guten Zusammenarbeit zwischen der Arbeitgeberin und ihren Mitarbeitenden beizutragen. Gut informierte Arbeitnehmende identifizieren sich stärker mit dem Betrieb, was sich auch in der Motivation und Produktivität niederschlägt.

In folgenden Bereichen haben Mitarbeitende ein Mitwirkungsrecht:

- Alle Arbeitsbedingungen, soweit sie Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit betreffen (z. B. Aufstellen von Arbeitsräumen und -plätzen; Aufstellen von Maschinen und Anlagen; Arbeitsorganisation; Arbeitsgestaltung)
- Übergang des Betriebes an Dritte
- Massenentlassungen

Die Mitwirkung der Mitarbeitenden ist in der Betriebsgruppenlösung der AMAG, Kapitel 8 (sowie Anhängen) geregelt.

## Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Sicheres und gesundheitsbewusstes Verhalten bedingt Wissen und Können. Alle Mitarbeitenden sind stufengerecht während der regulären Arbeitszeit zu informieren und für ihre Aufgaben regelmässig aus- und weiterzubilden. Alle Mitarbeitenden müssen über die Gefährdungen und Belastungen im Betrieb informiert werden und die geeigneten Sicherheitsmassnahmen kennen.

Die Einführung von neuen Mitarbeitenden hat zeitnah nach Arbeitsbeginn zu erfolgen. Speziell zu berücksichtigen sind Lernende und temporäre Mitarbeitende.

Die Einführung von neuen Mitarbeitenden hat zu enthalten:

- Ziele
- Gefahren im Betrieb
- Pflichten und Rechte
- Notwendige Massnahmen
- Absenz-, Unfall- und Krankheitssituation
- Verhalten im Notfall

## Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter

Der Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz wird im Arbeitsgesetz in Artikel 6 geregelt. Die Verordnung 3 zum Arbeitsgesetz konkretisiert die folgenden Mindestanforderungen:

Die AMAG muss alle Massnahmen treffen, die nötig sind, um den Gesundheitsschutz zu wahren und zu verbessern und die physische und psychische Gesundheit der Arbeitnehmenden zu gewährleisten.

Im Berichtsjahr wurden unter anderem die folgenden Massnahmen umgesetzt:

- **«Fahren mit Licht am Tag»** (Tagfahrlicht für E-Bike)
- **«Ergonomie am Arbeitsplatz»** (Tipps für ein korrektes Arbeiten am Schreibtisch)
- **«G Sund@AMAG Znüni»** (Die Top-3-Betriebe im Bereich Sicherheit und Gesundheit erhalten von gsund@amag ein Znüni)
- **«Helix rennt»** (gemeinsames Joggen)
- **«AMAGtiv Fitnessbereich»** (Fitnessangebot am Standort in Cham)
- **«AMAG Tennis Club»**
- **«B2Run Firmenlauf in Zug»**
- **«AMAG Lightnings»** (seit 2014 schliessen sich Eishockey-begeisterte Mitarbeitende den AMAG Lightnings, unserem eigenen Verein, an)
- **«Fitnessbereich»** (Fitnessangebot an diversen Standorten)
- **«Vitalmenu»** (spezielles Angebot im Mitarbeitendenrestaurant timeout am Standort in Cham)

403-7

## **Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz**

Für die Durchführung von Messen oder den Chauffeur-Drive-Service sind auch Arbeitskräfte im Einsatz, die nicht bei der AMAG angestellt sind. Für diese Arbeitskräfte gelten ebenfalls strenge gesetzliche Grundlagen gemäss EKAS-Richtlinien für Fremdpersonal sowie die internen Sicherheitsauflagen. Für Details siehe Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheit 403-1, Seite 82.

403-8

## **Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind**

Alle AMAG Mitarbeitenden sind durch die Betriebsgruppenlösung AMAG für Sicherheit und Gesundheitsschutz gedeckt.

## Arbeitsbedingte Verletzungen

		2020	2021	2022
Für alle AMAG Angestellten	Anzahl der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0
	Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0,0000	0,0000	0,0000
	Anzahl der arbeitsbedingten Verletzungen mit einer Absenz grösser als 6 Monate	2	1	4
	Rate der arbeitsbedingten Verletzungen mit einer Absenz grösser als 6 Monate	0,0416	0,0197	0,0767
	Anzahl der meldepflichtigen arbeitsbedingten Verletzungen (inkl. Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen)	322	360	384
	Rate der meldepflichtigen arbeitsbedingten Verletzungen (inkl. Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen)	6,6966	7,1009	7,3588
	Anzahl der gearbeiteten Stunden	9'616'764	10'139'494	10'436'515
Für alle Mitarbeitenden, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der AMAG kontrolliert wird (z. B. Hostessen und Hosts)	Anzahl der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0
	Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0
	Anzahl der arbeitsbedingten Verletzungen mit einer Absenz grösser als 6 Monate	0	0	0
	Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit einer Absenz grösser als 6 Monate	0	0	0
	Anzahl der meldepflichtigen arbeitsbedingten Verletzungen (inkl. Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen)	3	0	0
	Rate der meldepflichtigen arbeitsbedingten Verletzungen (inkl. Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen)	3,4219	0,0000	0,0000
	Anzahl der gearbeiteten Stunden	175'339	118'179	130'699

Die genannten Zahlen entsprechen dem jeweiligen Stand per 31. 12. Aufgrund von Nachmeldungen ändert sich die Zahlenbasis häufig auch rückwirkend. Alle Raten wurden auf der Grundlage von 200'000 gearbeiteten Stunden berechnet. Pendlerunfälle sind in den Werten enthalten und können aufgrund der internen Datenerhebung aktuell nicht herausgerechnet werden.

# GRI 418

## Schutz der Kundendaten

3-3

### Management der wesentlichen Themen

Die AMAG Gruppe bekennt sich zu ihrer Verantwortung, sorgsam mit personenbezogenen Mitarbeitenden- und Kundendaten umzugehen. Die Nutzung solcher Daten stellt ein grosses Potenzial für die AMAG Gruppe dar. Gleichzeitig steht die AMAG Gruppe in der Verantwortung, die geltenden Datenschutzanforderungen einzuhalten und die Persönlichkeitsrechte ihrer Mitarbeitenden sowie ihrer Kundinnen und Kunden zu wahren und zu schützen. Die AMAG Gruppe hat dazu eine gruppenweite Datenschutzorganisation aufgebaut. Diese stellt die Datenschutz-Compliance im Unternehmen sicher, mit Massnahmen wie dem Erlass von Richtlinien, Schulungs- und Sensibilisierungsmassnahmen für Mitarbeitende sowie regelmässiger Überprüfung und Anpassung von relevanten Prozessen an die geltenden Datenschutzanforderungen.

418-1

### Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten

2022 kam es zu keinen begründeten Beschwerden im Zusammenhang mit Datendiebstahl und Datenverlusten.

## Produktökologie

Der Bericht wurde nachhaltig gestaltet. Damit wird eine ressourcenschonende Produktion ermöglicht:

- Mit der Formatoptimierung ist der Papierverschnitt um rund 40 Prozent reduziert.
- Das verwendete Papier «Refutura GSM» besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Altpapier und ist klimaneutral mit den Zertifizierungen Blauer Engel, FSC sowie Nordic Swan.
- Für die Bindung wird die Smartflat-Technologie von Palamides eingesetzt. Dadurch werden über 50 Prozent Energie eingespart. Zudem entstehen bei der Verarbeitung keine giftigen Dämpfe.
- Es werden nur die effektiv benötigten Exemplare produziert



### Entdecken Sie unseren Bericht 2022 im Online-Special

Hier erhalten Sie weitere spannende Einblicke in unsere Unternehmensaktivitäten, unsere Partnerschaften und exklusives Videomaterial von externen Experten.

## Impressum

**Herausgeber:** AMAG Group AG, Group Communication,  
Alte Steinhäuserstrasse 12, 6330 Cham  
amag.ch

© 2023 AMAG Group AG, Group Communication, Dino Graf

Das Werk, einschliesslich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Herausgebers und des Autors unzulässig.

Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

### **Kontakt:**

Dr. Ina Maria Walthert, ina.walthert@amag.ch

**Realisation:** Heads Corporate Branding AG, heads.ch

Konzeption und Redaktion: Dominique Banschbach, Natascha Almeida

Gestaltung und Produktion: Marco Simonetti, Roman von Arx

Projektmanagement: Sina Frank

**Texte «Gelebte Nachhaltigkeit»:** Felix Müller, fmkomm.ch

**Fotografie:** Nicolas Bruni (nicolasbruni.com), Simon Iannelli (simonelli.com)

**Bildnachweis:** Umschlag: Serhat Beyazkaya (Unsplash), Seite 13 Microlino,

Seite 20 istock.com, Seite 32 ThisisEngineering RAEng (Unsplash)

**Druck und Weiterverarbeitung:** Bubu AG, bubu.ch

**Übersetzung:** Diction AG, diction.ch

### **Hinweis**

Der Nachhaltigkeitsbericht erscheint in deutscher, englischer, französischer und italienischer Sprache. Massgeblich ist stets die deutsche Fassung.



gedruckt in der  
schweiz



