

**Mitteilungsvorlage**  
vom 04.06.2024

öffentliche Sitzung

**Einstieg in die Gemeinwohlbilanzierung bei  
Beteiligungsgesellschaften der StädteRegion Aachen;  
Vorstellung der Ergebnisse der ASEAG – Aachener  
Straßenbahn und Energieversorgungs-AG**

**Beratungsreihenfolge**

Datum	Gremium
19.06.2024	Ausschuss für Personal, Informationstechnik und Beteiligungen (Kenntnisnahme)

**Sach- und Rechtslage**

Auf Antrag der CDU-Städteregionstagsfraktion und der GRÜNE-Städteregionstagsfraktion vom 20.05.2021 beauftragte der Städteregionstag mit Beschluss vom 24.06.2021 (vgl. SV-Nr. 2021/0343) die Verwaltung mit der Identifikation für eine Gemeinwohlbilanzierung geeigneter Beteiligungsunternehmen. Diesem Auftrag folgend, konnte die Verwaltung im weiteren Verlauf die AGIT und die ASEAG für eine Umsetzung gewinnen (vgl. SV-Nr. 2022/0110; 2022/0231) und hat bereits ausführlich in den letzten Sitzungen des Ausschusses für Personal, Informationstechnik und Beteiligungen zum aktuellen Sachstand der Gemeinwohlbilanzierung berichtet.

Das Ergebnis eines im Dezember 2022 durchgeführten sogenannten Gemeinwohl-Schnelltests bei der ASEAG war, dass für die Gesellschaft eine Vollbilanz mit entsprechendem Gemeinwohlbericht geeignet erscheint. Nach entsprechender Beauftragung des ecoHUB Aachen, einem Projekt des digitalHUB Aachen e.V., erfolgte im Mai 2023 der Auftakttermin zur Gemeinwohlbilanzierung. Die internen Workshops konnten inzwischen abgeschlossen werden und die Gemeinwohlbilanz für das Jahr 2023 finalisiert werden.

Herr Wieschollek wird in der Ausschusssitzung zum Verfahren der Gemeinwohlbilanzierung und der im Rahmen dieser gemachten Erfahrungen bei der ASEAG berichten. Die im Vorfeld zur Verfügung gestellten Unterlagen sind als Anlage dieser Vorlage beigefügt. Das Projekt wurde mit städteregionalen Haushaltsmitteln in 2022 i.H.v. 10.560 € über das Sachkonto 543150 „Sachverständigen- und Gerichtskosten“ im Produkt 150201 bezuschusst.

gez.: Dr. Grüttemeier

**Anlage/n**

1 - ASEAG Gemeinwohlbilanz Gesamtbericht 2023 (öffentlich)

Gemeinwohlbilanz  
der ASEAG

# Gemeinwohlbilanz der ASEAG

## Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen .....	5
Kurzpräsentation des Unternehmens .....	6
Produkte/Dienstleistungen .....	7
Das Unternehmen und Gemeinwohl .....	9
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette .....	10
A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette .....	13
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	14
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten.....	14
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	16
A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten.....	18
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette .....	19
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette .....	19
A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	22
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	23
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferanten .....	23
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette.....	25
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	26
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung .....	26
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung .....	27
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner .....	28
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	29
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung.....	29
B2.2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln.....	31
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung .....	32
B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen .....	32
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen .....	33
B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen .....	34
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	35
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur .....	35
B4.2 Negativaspekt: Feindliche Übernahme .....	37
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	37

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur .....	37
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	39
C1.3 Diversität und Chancengleichheit .....	41
C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen .....	43
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	45
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	45
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	47
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance .....	48
C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	50
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden .....	52
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit .....	52
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz .....	53
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung.....	56
C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens.....	59
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	60
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	60
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte.....	61
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden .....	62
C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	63
D1 Ethische Kundenbeziehungen .....	64
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden.....	64
D1.2 Barrierefreiheit .....	67
D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen .....	70
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen .....	72
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen .....	72
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	76
D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen .....	78
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen .....	80
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) .....	80
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	81
D3.3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen.....	83
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz .....	84
D4.1 Kunden-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung .....	84

D4.2 Produkttransparenz.....	86
D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	88
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	89
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben .....	89
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	91
E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	94
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	95
E2.1 Steuern und Sozialabgaben .....	95
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens .....	96
E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention .....	99
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	102
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie .....	102
E3.2 Relative Auswirkungen.....	103
E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen .....	104
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung .....	105
E4.1 Transparenz.....	105
E4.2: Gesellschaftliche Mitbestimmung .....	107
E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	110
Ausblick .....	111
Kurzfristige Ziele.....	111
Langfristige Ziele .....	112
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	114

# Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Aachener Straßenbahn und Energieversorgungs-AG (ASEAG)

Rechtsform: AG

Eigentums- und Rechtsform: AG

Website: <https://www.aseag.de/>

Branche: Öffentlicher Personennahverkehr

Firmensitz: Aachen

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 573

Vollzeitäquivalente: 486

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 60.339.248,26 € (2022), 71.577.121,36 € (2023)

(Hinweis: Weitere Informationen zum Jahresabschluss sind im Unternehmensregister veröffentlicht)

Tochtergesellschaften/verbundene Unternehmen:

Wer gehört zur Organisation? In welchen Ländern sitzen diese Tochtergesellschaften?  
Welchen Eigentumsanteil hält die Muttergesellschaft daran?

## Gesellschafter (alle aus Deutschland)

- Stadt Aachen – Beteiligung 5,1%
- Energieversorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH Aachen (E.V.A.) – Beteiligung 94,9
- Städteregion Aachen ist zudem mit 0,01% an der E.V.A beteiligt

## Tochtergesellschaften

- Aachener Parkhaus GmbH (APAG) (Stammkapital 51,1 TEUR) – 100%
- ASEAG Reisen GmbH (Stammkapital 51,1 TEUR) – 100%
- Eschweiler Bus- und Servicegesellschaft mbH (ESBUS) (Stammkapital 25,6 TEUR) – 100%
- Unterstützungseinrichtung Akreka GmbH (Stammkapital 25,6 TEUR) – 100%
- Better Mobility GmbH (Stammkapital 25,6 TEUR) – 49,5 %
- Einkaufs- und Wirtschaftsgesellschaft für Verkehrsunternehmen (beka GmbH) (Stammkapital 378 TEUR) – 0,90 %
- Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft für Aachen AG (gewoge) (Grundkapital 12,3 Mio. EUR) – 0,20 %
- Gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaft für den Kreis Aachen GmbH (GWG) (Stammkapital 1,0 Mio. EUR) – 0,61 %

(Übersicht zu den Gesellschaftsanteilen siehe Berührungsgruppe B: Eigentümer & Finanzpartner)

„Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der der Sprachformen männlich, weiblich und divers verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.“

Berichtszeitraum: 2023

## Kurzpräsentation des Unternehmens

Bitte stellen Sie Ihr Unternehmen kurz vor, mit allem, was Ihnen wichtig erscheint.

ASEAG bedeutet Mobilität für Aachen und die StädteRegion – umweltfreundlich, flexibel, dynamisch. Die ASEAG ist ein Team aus knapp 700 Menschen, die fahren, planen, rechnen, schrauben oder kommunizieren. Und noch viel mehr. Damit ist das Unternehmen einer der größten Arbeitgeber in Aachen. ASEAG bedeutet Zukunft: Mit innovativen Konzepten und einer modernen Flotte gestaltet das Unternehmen die Mobilitätswende. Für mehr als eine halbe Million Menschen in Aachen und der Region.

Die ASEAG blickt dabei auf eine lange Tradition: 1880 als Burtscheider Pferde-Eisenbahn-Gesellschaft gegründet, hat sie sich kontinuierlich zu dem Unternehmen entwickelt, welches die ASEAG heute darstellt. Zwischenzeitlich erfolgte die Umstellung 1951 vom reinen Straßenbahnbetrieb auf den Busbetrieb bis schließlich der O-Bus- und Straßenbahnbetrieb 1974 eingestellt wurde. Bis heute arbeiten die Menschen bei der ASEAG an innovativen Konzepten für eine umweltfreundliche, wirtschaftliche und zuverlässige Mobilität.

Mit der förmlichen Betrauung der ASEAG, die durch ihre Aufgabenträger Stadt und StädteRegion Aachen im April 2017 erfolgte, wurde Basis geschaffen, den Anforderungen der EU-Verordnung über öffentliche Personenverkehrsdienste auf Schiene und Straße (VO 1370/2007) und des ÖPNV-Gesetzes NRW bis zum Jahr 2027 gerecht zu werden. Für eine Folgebetrauung ab Dezember 2027 gilt es im Jahr 2023 die Weichen zu stellen – zum Beispiel durch die Definition des anzustrebenden Zielnetzes.

Immer mehr in den Vordergrund rücken auch die Nachhaltigkeitsthemen, welche zunehmend von Extern an die ASEAG herangetragen werden. Nachhaltigkeit setzt sich dabei aus den Teilbereichen Soziales, Umwelt und Unternehmertum zusammen. In Bezug auf den ÖPNV stand im Berichtszeitraum vor allem der Bereich Umwelt im Mittelpunkt der Betrachtung.

So ist die Stadt Aachen eine der 100 climate-neutral and smart cities, die das Ziel verfolgen bis 2030 klimaneutral zu werden. Diese Initiative ist Teil der EU-Mission und hat das Ziel die große Verantwortung von Städten und Gemeinden innerhalb der Europäischen Union bei der Bekämpfung des Klimawandels in den Vordergrund zu rücken.

Auch die EU-Gesetzgebung wurde im Berichtszeitraum auf Bundes- und Länderebene umgesetzt und haben entsprechende Auswirkungen auf die Aktivitäten der ASEAG. Darunter fallen zum Beispiel das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, die Corporate Sustainability Reporting Standards (CSRD) sowie das im November 2023 erlassene Energieeffizienzgesetz.

Zunehmend gewinnen daher die bereits intern gelebten Themen zur umweltgerechten Gestaltung des ÖPNV auch extern an Aufmerksamkeit. Die ASEAG setzt hier auf die

langjährige Erfahrung bei der effizienten Energienutzung innerhalb des Personennahverkehrs.

Um auch den anderen Themen Soziales und Unternehmertum mehr Raum und Struktur zu geben, ist die Erstellung dieser Gemeinwohlbilanz ein erster Schritt.

## Produkte/Dienstleistungen

Welche Produkte/Dienstleistungen bietet die ASEAG an?

Geschäftsmodell des Unternehmens

Im Laufe der langjährigen Geschichte der ASEAG haben sich die Schwerpunkte innerhalb des satzungsgemäßen Geschäftsmodells verschoben, sodass derzeit

- der Betrieb von Omnibuslinien zur Personenbeförderung in der Region Aachen,
- der Bau und die Bewirtschaftung von Parkhäusern und Parkplätzen sowie
- die Erprobung alternativer Antriebsformen und Mobilitätskonzepte

im unmittelbaren Fokus der Geschäftstätigkeit liegen.

Dabei werden sämtliche Aktivitäten im Hinblick auf den Bau und die Bewirtschaftung von Parkhäusern und Parkplätzen durch die hundertprozentige Tochtergesellschaft APAG wahrgenommen.

Der vorliegende Bericht bezieht sich auf die direkten Tätigkeiten der ASEAG.

Die Kernkompetenz der ASEAG ist der Verkehr mit Linienbussen in der Stadt und in der StädteRegion Aachen. Durch die intensivierte Diskussion zum Thema Verkehrswende werden erweiterte und neue Anforderungen an das Unternehmen gestellt, die neben der reinen Busleistung auch Produktangebote und Konzepte für die „erste und letzte Meile“ als Zubringer zum ÖPNV-Angebot vorsehen. In diesem Kontext gilt es, Mobilitätsdienstleistungen wie On-Demand-Verkehre, Car- und Bike-Sharing oder E-Roller und Taxi intelligent mit dem klassischen Busangebot zu verknüpfen. Auch das Thema Parken wird dabei über die APAG berücksichtigt (z.B. Park-and-Ride-Ticket), Dem Kunden soll ein durchgängiges Mobilitätserlebnis erfährt, und zwar unabhängig von dem Verkehrsmittel, für das er sich bei seiner jeweiligen Fahrt entschieden hat. Technologisch bildet die stetig zu erweiternde movA-App der ASEAG schon heute die Basis hierfür.

Die Entwicklung alternativer Mobilitätskonzepte ist daher ein inhaltlicher Schwerpunkt im Produktportfolio. Hier setzt das Unternehmen bei IT-Lösungen auf die Unterstützung der Better Mobility GmbH. Diese wurde 2019 gemeinsam mit der regio iT gegründet und soll die gemeinschaftlich entwickelte Mobilitätsplattform „Mobility Broker“ technologisch entwickeln und überregional als IT-Lösung vermarkten.

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

Den Hauptanteil der Produkte und Dienstleistungen bildet die Personenbeförderung mit Bussen in Stadt und StädteRegion Aachen. Unterstützt wird die ASEAG dabei durch Subunternehmer, die Teile des Leistungsangebotes mit eigenen Fahrzeugen und eigenem Personal erbringen. Dies entspricht etwa 75 Prozent des Umsatzes. Die weiteren Anteile nehmen die ESBUS mit etwa zehn Prozent und die APAG mit etwa 15 Prozent des Umsatzes ein. \*

\*Umsatz gemäß Geschäftsbericht 2023

# Das Unternehmen und Gemeinwohl

## Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Die ASEAG wurde im Rahmen des Nahverkehrsplans von Stadt und StädteRegion Aachen mit der Bereitstellung des Öffentlichen Personennahverkehrs beauftragt und hat damit per se einen auf das Gemeinwohl ausgerichteten Arbeitsauftrag. Als Mobilitätsdienstleister ist es ein Ziel der ASEAG, zum Gemeinwohl aktiv beizutragen. Die Strategie beinhaltet neben den Umweltaspekten, die soziale Verantwortung und Unternehmensverantwortlichkeit in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaften. Zusätzlich berät die ASEAG beispielsweise Unternehmen zu Mobilitätskonzepten und unterstützt damit Unternehmen und Arbeitnehmer: innen in Stadt und StädteRegion dabei, Gemeinwohlthemen umzusetzen.

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

Konkretes Engagement im Bereich der Gemeinwohlökonomie gab es bisher nicht. Die Erstellung der Gemeinwohlbilanz bildet den Anfang der Integration in die Unternehmensprozesse. Das Thema Nachhaltigkeit ist bereits im Unternehmen verankert. Durch die Schaffung eines eigenen Fachbereichs Im Jahr 2023 hat das Thema Nachhaltigkeit noch mehr Bedeutung gewonnen.

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

Benjamin Wieschollek  
Fachgebietsleiter Qualität und Nachhaltigkeit  
E-Mail: [benjamin.wieschollek@aseag.de](mailto:benjamin.wieschollek@aseag.de)  
Telefon: +49 241 1688-3369

# A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

## A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

### Berichtsfragen

Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferanten ausgewählt?

Die Erbringung der ÖPNV-Dienstleistung ist nicht nur personalintensiv, sondern auch Technik und datengetrieben. Deshalb nehmen jene Kreditoren auch den größten Anteil am gesamten Einkaufsvolumen ein. Zugekauft werden Produkte, Dienstleistungen oder Ersatzbeschaffungen, welche zur Durchführung des Betriebes notwendig sind.

Ein Großteil der Lieferanten ist lokal ansässig. Ein geringer Anteil der Lieferanten hat ihren Unternehmenssitz in Deutschland beziehungsweise der EU.

Neben dem fest angestellten Personal wird zusätzlich Personal der eigenen Transfergesellschaft, der ESBUS eingesetzt, welche zu 100% der ASEAG gehört. Die Entscheidung hierfür ist vor allem deshalb so, weil wir die Mitarbeiter dort besser an unser eigenes tarifliches System anpassen können und eine größere Kontrolle über die Ausbildung und langfristige Bindung haben.

Zusätzliche Dienstleistungen zur Durchführung von Personenbeförderung werden über Subunternehmen beschafft, welche die Personenbeförderung auf entsprechend ausgeschriebenen Kursen, Linien oder Gebieten übernehmen.

Die Beschaffung von Elektrofahrzeugen hat einen immer größeren Anteil der Produkte und werden europaweit ausgeschrieben. Damit einhergehend hat sich auch der Anteil der zugekauften Energie erhöht. Zum Betrieb ihrer Elektrobusflotte bezieht die ASEAG 100 Prozent Ökostrom. Diesen liefert die STAWAG – ein zum Konzern der E.V.A gehörender Energieversorger.

Die Auswahl von Lieferanten erfolgt durch klar festgelegte Kriterien des zentralen Einkaufs im E.V.A-Konzerns. Bei Ausschreibungen müssen verpflichtend verschiedene Angebote eingeholt werden. Die darauffolgenden Bietergespräche finden unter neutraler Position direkt mit den Lieferanten statt. Die Auswahl der Lieferanten erfolgt zuvor definierten Zuschlagskriterien – beispielsweise der niedrigste Preis. Andere Faktoren – wie zum Beispiel die geographische Lage - werden ebenfalls in die Entscheidungsfindung einbezogen. Dies zeigt sich auch bei Betrachtung bestehender Lieferanten, von denen viele lokal ansässig sind.

Zusätzlich werden Ersatzbestellungen für Verbrauchsartikel der Werkstatt, der IT etc. über bestehende Lieferanten durch die einzelnen Fachabteilungen selbst getätigt. Die Auswahl dieser Lieferanten folgte abermals dem vorher genannten Prozess.

### Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Da der Bereich der Personenbeförderung wie bereits angesprochen sehr personalintensiv ist, kommen der Beschaffung von Fahrpersonal und die Dienstleistung anderer ÖPNV-Dienstleister, im weiteren als Subunternehmer bezeichnet, in diesem Kontext eine hohe Bedeutung zu. Hinzu kommen weitere Dienstleistungen wie die Gebäudereinigung, der Sicherheitsdienst oder Dienstleistungen zur Kontrolle der Fahrscheine, die ebenfalls unter diesem Aspekt betrachtet werden müssen.

Soziale Risiken in der Zulieferkette nehmen demnach ein beherrschendes Thema ein und sind bei der Auswahl und innerhalb des Geschäftsbetriebes mit Lieferanten ein relevantes Thema. Bei der Auswahl von Lieferanten werden daher solche nicht berücksichtigt, die bereits im Vorfeld dadurch auffallen, dass Löhne unterhalb des jeweils gültigen Tariflohns bezahlt werden oder es im laufenden Betrieb deutlich wird, dass den Mitarbeitenden sonstige Mindeststandards nicht geboten werden. Hierunter könnten zum Beispiel bei Beauftragung von Dienstleistungen in der Werkstatt eine fehlende persönliche Schutzausrüstung (PSA) oder bei Reinigungsdienstleistungen nicht geeignetes Arbeitsmaterial fallen.

### Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferanten vorliegen?

Die Dienstleistungen werden zu einem großen Teil lokal beschafft. Die Lieferantenbeziehungen bestehen häufig bereits eine lange Zeit, in vielen Fällen bis zu mehreren Jahren. Unterjährig kommt es zu vielen situativen und geplanten Gesprächen in denen unterschiedliche Aspekte angesprochen werden. Hierbei wird davon ausgegangen, dass Verstöße gegen die Menschenwürde frühzeitig erkannt und in diesem Zusammenhang auch angesprochen werden würden. Bei einer Befragung interner Zuständiger wurden keinerlei solcher Verstöße bekannt. Eine feste Richtlinie hierzu gibt es aber noch nicht.

Eine weitere Möglichkeit, Verstöße zu melden ist das etablierte Hinweisgebersystem. Dieses System ist innerhalb des E.V.A.-Konzerns etabliert und dient dazu, über eine E-Mail-Adresse Verstöße jeglicher Art anonym melden zu können. Diese Hinweise werden an eine externe Rechtsanwaltskanzlei übermittelt, welche diese prüft, mit der konzernzentralen Compliance-Verantwortlichkeit bespricht und entsprechende Schritte einleitet. Zum Ende des Berichtszeitraumes wurde dieses System nochmals im Rahmen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz überarbeitet.

### Wie wird auf Lieferanten eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

In diesem Falle wird der Lieferant direkt angesprochen und um Stellungnahme gebeten. Dies wird heute noch nicht proaktiv getan.

## Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Derzeit enthalten die zugekauften Produkte keine Zertifikate, die sich explizit auf soziale Aspekte und Menschenwürde beziehen. Dies hat vor allem den Grund, weil die zugekauften Produkte überwiegend regional bezogen werden.

## Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

Übersicht des anteilmäßig größten Lieferanten der ASEAG.

Lieferanten	2023
ESBUS	8%
Diverse	7%
TAETER Aachen	7%
Bischoff & Vielhauer	6%
go.Rheinland GmbH	5%
E.V.A.	4%
IVU Traffic Technologie	4%

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

Es liegen keine gegenteiligen Informationen vor sodass davon ausgegangen wird, dass alle eingekauften Produkte/Dienstleistungen unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt werden.

## Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Transparentere Darstellung des Hinweisgebersystems und Zugang zu diesem über die Website der ASEAG

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einführung der Prozesse zum Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (Risikoanalyse)
- Erarbeitung bzw. Erweiterung bestehender Einkaufsrichtlinien um die genannten Faktoren (insbesondere die nicht verhandelbaren Kriterien)
- Prüfung und stärkere Beurteilung von Arbeitsbedingungen und gesellschaftlichen Auswirkungen in der Lieferkette (Lieferantenaudits) über das interne Lieferantenbewertungssystem

## Selbsteinschätzung: 2

## A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

### Berichtsfragen

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

Als Bereiche, die eine besondere Gefährdung der Menschenwürde aufweisen wurden, jene identifiziert, die sehr personalintensiv sind.

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

Diese Auswirkungen werden durch die bereits genannten Maßnahmen reduziert. Dazu zählt die genaue Prüfung der Dienstleister hinsichtlich dieser Kriterien.

### Verifizierungsindikator

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind.

Die ASEAG pflegt einen engen Austausch zu den regional ansässigen Dienstleistern und Lieferanten. Dieser Austausch hilft, ein gutes Bild des Produktes und der Dienstleistung zu ermitteln. Die eingekauften Produkte und Dienstleistungen können daher als ethisch unbedenklich eingestuft werden.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

### Verbesserungspotenziale:

- Systeme und Strukturen zur transparenteren Darstellung und Fokussierung auf regionale Dienstleister und Produkte inkl. deren fairen Arbeitsbedingungen schaffen

**Selbsteinschätzung (Negativpunkte):** 0 – Keine Negativpunkte

# A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

## A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten

### Berichtsfragen

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

Unter diesem Punkt sind die bereits oben angesprochenen langfristigen Beziehungen zu den regionalen Lieferanten zu nennen. Vor allem zu den Subunternehmen besteht ein ständiger, täglicher Austausch. Subunternehmen werden zudem regelmäßig über das betriebsinterne Betriebsmeldeerfassungssystem bewertet. Hierbei werden bis jetzt nur Leistungsdaten erfasst, die vertraglich vereinbart wurden und anschließend zur transparenten Offenlegung und Diskussion mit den Lieferanten genutzt werden. Der technische Zustand der Buss zählt hierzu ebenso, wie die Sauberkeit und weitere Faktoren. Diese Faktoren tragen zu einer transparenten Vereinbarung von Preisen und Lieferbedingungen bei. Eine Bewertung der Zufriedenheit der Lieferanten in Bezug auf eine faire und solidarische Geschäftsbeziehung findet in der Regel nicht dokumentiert und gezielt statt. Der regelmäßige und transparente Austausch bildet somit die Grundlage, um die solidarischen Geschäftsbeziehungen zu schaffen.

Des Weiteren werden Beschaffungen höheren finanziellen Wertes regelmäßig über Ausschreibungen transparent offeriert. Hierbei sind Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen allen Bietenden bekannt. So zum Beispiel bei der Beschaffung von Elektrobussen, welche europaweit ausgeschrieben werden. Diese Bedingungen sind demnach nicht nur den derzeitigen Lieferanten bekannt und dienen nicht als Mittel, um Preise zugunsten der ASEAG oder bestimmter Lieferanten zu gestalten.

Wie zufrieden sind die Lieferanten: innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Die Lieferanten und Dienstleister schätzen die offene und transparente Gestaltung und den offenen Austausch über die Konditionen. Dies wurde durch Befragung der internen Kontaktpersonen zurückgemeldet. Eine dokumentierte Auswertung in Form eines Fragebogens liegt derzeit nicht vor.

In Bezug auf die Preisgestaltung ist anzumerken, dass die ASEAG zwar in Stadt und StädteRegion Aachen mit der Beförderung beauftragt ist, dies jedoch nicht bedeutet, dass die ASEAG die Preise entsprechend zu ihren Gunsten und Bedingungen gestalten kann, da es Bereiche gibt, welche die ASEAG nicht bedient – wie etwa den Schienenersatzverkehr. Mit ihren on-demand-Angeboten ist die ASEAG genauso in der Konkurrenz, wie andere Unternehmen. Bei den Werkstattdienstleistungen ist die ASEAG genauso Unternehmer, der auf den Dienstleister zukommt. Demnach bestimmen auch bei der ASEAG die marktwirtschaftlichen Gesetze den Preis. Daraus folgt, dass die Dienstleister und sonstigen Lieferanten eine ebenso

hohe Marktmacht besitzen und in der Lage sind, als gleichberechtigter Partner die Preise zu bestimmen.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass Lieferanten über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Hauptsächlich geschieht dies aus dem Eigeninteresse der ASEAG an langfristigen Lieferantenbeziehungen. Grundlage dafür ist eine faire Beteiligung der Lieferanten der Wertschöpfung. Die Preise und sonstige Konditionen liegen der ASEAG vor und werden wie beschrieben transparent in den Bietergesprächen besprochen. Hierbei handelt es sich um die marktwirtschaftlich gegebenen Preise, auf die auch die ASEAG keinen direkten Einfluss hat.

### **Verifizierungsindikatoren**

#### Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferanten

Bei der überwiegenden Mehrheit der Lieferanten besteht die Dauer der Lieferantenbeziehungen seit mehr als zwei Ausschreibungsperioden, also seit mehr als zehn Jahren.

#### Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferanten

Hierzu liegen im Berichtszeitraum keine genauen Informationen vor. Im Bereich Fahrdienstleistungen ist die ASEAG stets bestrebt, den größten Anteil der Fahrdienstleistungen selbst durchzuführen, um die Dienstleistungsqualität zu sichern.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- direkter Austausch mit dem Lieferanten
- Bietergespräche

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Aufnahme der Zufriedenheit der Lieferanten die Lieferantenbewertung und Lieferantenaudits

#### **Selbsteinschätzung: 5**

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

### Berichtsfragen

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

Bei dem unmittelbaren und meist lokalen Lieferanten und Dienstleister wird vor allem über den engen Kontakt und die direkten Gespräche auf dieses Thema eingewirkt.

Schwieriger stellt sich dies für weiter vorgelagerte Stufen dar. So etwa bei der Beschaffung von Fahrzeugen, da hier die Hersteller auf Zulieferer in der EU oder Nicht-EU-Staaten zugreifen. Die ASEAG hat bisher die unmittelbaren Lieferanten und weitere vorgelagerte Bereiche im Rahmen der Ausschreibung betrachtet - soweit Informationen zugänglich waren. Die unmittelbaren Lieferanten - im Falle der Beschaffung von Fahrzeugen, der Zusammenbau des Fahrzeuges - sind der ASEAG bekannt und die Einflussnahme hier gegeben.

Allerdings liegen keine direkten Informationen über die weiter vorgelagerten Stufen vor. So wird der Hersteller bei einem Elektrobus die Batterie von einem weiteren Händler einkaufen. Hierbei wird darauf geachtet, dass diese Bauteile von etablierten Unternehmen bestimmter Größe und Ruf beschafft werden. Weitere Informationen zu Zukaufteilen beziehungsweise deren Erzeuger sind derzeit jedoch nur schwierig und nicht immer zu beschaffen. Die ASEAG sieht eine Chance darin, die ÖPNV-Branche und die jeweiligen Branchenverbände zu ermutigen, gemeinsam zusammenzuarbeiten.

Das derzeit in der Implementierung befindliche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz wird hierbei ebenfalls ein Treiber sein, um diese Informationen transparenter zu machen und den Einflussbereich in Bezug auf das Thema seitens der ASEAG weiter zu vergrößern. Wie bereits angesprochen, ist der ASEAG daran gelegen, aktiv die Gestaltung von fairen und solidarischen Lieferketten voranzutreiben.

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

Dies wird vor allem dadurch gefördert, dass die ASEAG bei den Bietergesprächen und im operativen Tagesgeschäft mit Dienstleister und Lieferanten betont, dass diese Faktoren eine wichtige Rolle spielen.

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

Bei Bekanntwerden von etwaigen Missständen über das Hinweisgebersystem, innerhalb von Audits oder innerhalb des operativen Tagesgeschäftes werden diese überprüft und ein direktes Lieferantengespräch geführt. Bei sehr groben Verstößen ist es außerdem möglich, den Lieferanten von der weiteren Erbringung der Dienstleistung oder Produktbelieferungen auszuschließen.

Dies ist im Berichtszeitraum nicht vorgekommen. Bisher wurden keine Sanktionen durchgeführt.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

Derzeit liegen solche Labels nicht vor.

Anteil der Lieferanten, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Eine diesbezügliche Erhebung wurde bislang nicht durchgeführt.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Thematisierung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) mit einigen Lieferanten im direkten Gespräch
- Start der Implementierung der Prozesse zum LkSG

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Erstellung einer Lieferantenrichtlinie zur Information der Lieferanten über die Anforderungen der ASEAG
- jährliche Abfrage und Bestätigung der Lieferantenrichtlinie

**Selbsteinschätzung: 5**

## A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten

### Berichtsfragen

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferanten und wie wird sie eingesetzt?

Wie dargestellt, besitzt die ASEAG keine Marktmacht gegenüber ihren Lieferanten Für den Berichtszeitraum ist anzumerken, dass es für einzelne Produkte und Dienstleistungen einen Lieferantenmarkt gibt.

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

Hierzu sind keine Hinweise bekannt.

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

Es sind keine Beschwerden bekannt.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung (Negativpunkte):0**

# A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

## A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Beim Blick auf die ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette liegt der Fokus auf der Energiebeschaffung und der Elektrifizierung der Busflotte.

Zudem wurde der Bereich der Hilfs- und Betriebsstoffe genauer betrachtet.

Da die ASEAG als Mobilitätsanbieter ein Dienstleister ist, verfügt das Unternehmen nicht über eigene Produktionstechnologien. Am ehesten einem Produktionsunternehmen gemeinsam ist die Werkstatt, die die Fahrzeuge Instand hält und Instand setzt. Hierunter fallen Tätigkeiten wie die Reparatur, der Austausch von Verschleißteilen oder auch die Reinigung der Fahrzeuge in der Waschanlage.

In den administrativen Bereichen fallen ebenfalls Verbrauchsmaterialien an. Die Aufstellung der Verbrauchsmaterialien findet sich in den folgenden Abschnitten.

### Berichtsfragen

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

Eingesetzt in den angesprochenen Bereichen der Werkstatt werden vor allem:

Verbrauchsmaterial	2023
Staplergas	14 Flaschen a 11kg
Lack, verschiedene Farben	84 L
Grundierung	42 L
Härter	61 L
Siliconentferner	60 L
Sprühreiniger	600 Dosen a 600 ml
Lack, verschiedene Farben	186 Dosen a 400 ml

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

Siehe vorherige Frage.

### Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Generell werden bei der ASEAG Dienstleistungen und Produkte abhängig von Bedarf und Einsatzgebiet bewertet und ausgewählt. Unterschiedlichste Auswahlkriterien führen hierbei zu der letztendlichen Beschaffungsentscheidung. Diese sind unter anderem:

- Regionalität des Dienstleisters und der Produkte
- Nachhaltigkeit
- Funktionalität
- Preis
- Versorgungssicherheit

### Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Die Evaluierung von ökologischen Risiken erfolgt im Rahmen der gegebenen Gesetzgebung und situativ in Bezug auf bestimmte Zukaufteile. Eine Aufnahme der umweltbezogenen Nachhaltigkeit in den vor- und nachgelagerten Stufen rückt immer mehr in den Vordergrund, da dies auch Auswirkungen auf den eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der ASEAG hat. Im Berichtszeitraum stand vor allem die Beschaffung von Fahrzeugen mit Elektroantrieb im Vordergrund. Hierbei wurde auch der ökologische Kreislauf der Lithium-Batterien diskutiert. Vor allem auch der Einfluss, welcher die ASEAG konkret auf die Primärstufe hat. Dieser wurde als gering bewertet.

Eine systematische Evaluierung befindet sich derzeit im Aufbau und fand im Berichtszeitraum nicht statt.

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

Die meisten zugekauften Produkte können als ökologisch nachhaltig betrachtet werden. Herausforderungen bringen die Lithium-Batterien der Elektrofahrzeuge und die Verwendung von Diesel mit sich.

Zu erwähnen ist zudem die Herausforderung, die schädlichen Umweltauswirkungen in der Primärstufe der Lithiumgewinnung und bei der Verwertung der gebrauchten Batterien zu reduzieren beziehungsweise darauf einzuwirken.

### Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferanten berücksichtigt?

Im Berichtszeitraum erfolgte, wie zuvor beschrieben, eine Evaluierung situativ. Die hier gewonnenen Erkenntnisse fließen in die Gespräche mit Lieferanten ein.

Eine systematische Abfrage von ökologischen Kriterien befindet sich derzeit im Aufbau.

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei direkten Lieferanten und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Unmittelbar reagiert die ASEAG mit der strukturierten Ausrichtung und systematischen Überarbeitung der Unternehmensprozesse auf die Anforderungen. Maßnahmen wie eine Überprüfung der Einkaufsrichtlinie und eine systematische Lieferantenbewertung werden derzeit erarbeitet.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

Die ökologischen Risiken sind als gleichwertig zu betrachten. Daher wird ein Austausch innerhalb des Branchenverbandes gepflegt.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

Der Anteil der ökologisch höherwertigen, alternativen Produkte liegt derzeit bei der Fahrzeugflotte bei 25 Prozent. Dies ist der Anteil der Elektrobusse am gesamten Fuhrpark der ASEAG.

Anteil der Lieferanten, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

### **Anteil der Lieferanten der Elektrobusse**

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- weitere Vergrößerung der elektrisch betriebenen Fahrzeuge (positiver Förderbescheid)
- Nutzung von 100 Prozent Ökostrom für den Betrieb der Elektrobusse

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- weiterer Ausbau der elektrisch betriebenen Fahrzeuge
- Implementierung eines Energiemanagementsystems zur strukturierten Beurteilung der ökologischen Auswirkung und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen

### **Selbsteinschätzung: 1**

## A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

### Berichtsfragen

Welche Lieferanten bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Die ASEAG hat im Bestand nach wie vor Diesel betriebene Busse. Diese, meist als Ersatzbeschaffung und nicht geförderte Fahrzeuge fallen, in die Kategorie „Energierstoffe mit hohen schädlichen Umweltauswirkungen“, die es zu reduzieren gilt. Betrachtet wird in diesem Zusammenhang auch die vorgelagerte Herstellung von Diesel, welche allgemein als Energie mit hohen schädlichen Umweltauswirkungen gilt. Durch Dieselpartikelfilter wird die schädliche Umweltauswirkung bereits erheblich reduziert.

Aktuell im Bestand befinden sich:

86 Fahrzeuge Euro 5  
141 Fahrzeuge Euro 6  
27 Fahrzeuge Elektro

Die Euro 5 Fahrzeuge wurden alle durch einen Abgasfilter und ein AdBlue-System auf das Euro 6 Niveau angehoben. Werksseitig gelten Sie aber im Fahrzeugschein als Euro 5.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Durch die sukzessive Umstellung auf alternative Antriebsformen, insbesondere Elektro, wird sich der Anteil sukzessive verringern. Da eine Umstellung nur mit Fördermitteln möglich ist, arbeitet die ASEAG kontinuierlich an der Beschaffung von Fördergeldern. Eine Reduktion wird demnach durch die Umstellung auf alternative Antriebe erreicht.

## Verifizierungsindikator

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

Produkt	2023
Eingekaufter Diesel	4.100.000 L

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung (Negativpunkte): 0**

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

### A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferanten

#### Berichtsfragen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferanten zur Verfügung gestellt?

Den Lieferanten werden im Vorlauf und innerhalb der Vertragslaufzeit alle wesentlichen Informationen zu Erbringung der Dienstleistung oder Erstellung des Produktes zur Verfügung gestellt. In den Bietergesprächen findet ebenfalls ein intensiver Austausch statt, sodass der Bietende volle Transparenz über die zu erbringende Dienstleistung bzw. das anzubietende Produkt erhält. Innerhalb des laufenden Vertrages erhält der Lieferant regelmäßig Rückmeldung über seine Leistung in Form einer Lieferantenevaluation.

Da die Ausschreibung bei der Beschaffung von Elektrobussen nach einem standardisierten Verfahren verläuft, ist die Transparenz für die Lieferanten hier besonders hoch und einheitlich.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferanten in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Lieferanten stellen für die ASEAG immer Partner dar, die in regelmäßigen Abständen konsultiert werden. Das Unternehmen sieht diesen langen, partnerschaftlichen Austausch als eine indirekte Mitbestimmung. Spürbar ist dies zum Beispiel in EU-weiten Ausschreibungen, in denen nicht nur die ASEAG Forderungen stellt, sondern auch die Lage des jeweiligen Lieferanten sensibel betrachtet wird. Erfahrungen haben gezeigt, dass nur so eine Zusammenarbeit möglich ist, da auch in der Lieferantbeziehung gleichberechtigte Interessen zum Abschluss von Lieferverträgen führen.

Wie zufrieden sind Lieferanten mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Der ASEAG liegen hierzu keine negativen Hinweise vor.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Pflege eines engen Kontaktes und Austausches auch zu strategischen Themen mit speziellen Lieferanten

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Abfrage der Lieferantenzufriedenheit über Lieferantenbefragungen

**Selbsteinschätzung: 5**

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

### Berichtsfragen

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

Unmittelbarste und für die Lieferanten spürbarste Strategie ist der zentrale Einkauf als zentraler Ansprechpartner. Dies ermöglicht einen engen Austausch. Der Lieferant hat einen direkten Ansprechpartner.

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

Bislang wird aufgrund der Regionalität der Lieferanten durch situative Gespräche ein partizipativer und transparenter Umgang untereinander ermöglicht. Ein systematischerer Ansatz ist das Ziel für die Zukunft.

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

Bislang erfolgt die Prüfung der Risiken über die situativen Gespräche, die Medien und die Anforderungen der Fördermittelgeber. Im Falle des Bekanntwerdens von Risiken werden Lieferanten ausgeschlossen beziehungsweise abgemahnt. Dies ist im Berichtsjahr und in den Jahren zuvor kein einziges Mal aufgetreten.

### Verifizierungsindikatoren

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

Nicht vorhanden

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

Dieses wurde im Berichtszeitraum nicht explizit mit Lieferanten besprochen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Umsetzung des LkSG

**Selbsteinschätzung: 1**

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Zum 31. Dezember 2023 stellen sich die Gesellschaft Verhältnisse wie folgt dar:

Gesellschafter	Anteil an der ASEAG
Energieversorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH Aachen (E.V.A.)	94,9 %
Stadt Aachen	5,1 %

Die ASEAG ist damit zu 100 Prozent Tochtergesellschaft des E.V.A.-Konzerns. Neben der Stadt Aachen ist die StädteRegion Aachen mit 0,01 Prozent am E.V.A Konzern beteiligt.

Zudem gehören die folgenden Unternehmen mit den genannten Anteilen direkt zur ASEAG:

Gesellschafter	Geschäftszweck	Anteil ASEAG
Aachener Parkhaus GmbH (APAG)	Bewirtschaftung von Parkflächen	100%
Unterstützungseinrichtung Akreka GmbH	Unterstützungskasse für die aktiven und ehemaligen Betriebsangehörigen der ASEAG sowie für deren Hinterbliebene in sozialen Belangen	100%
Eschweiler Bus- und Servicegesellschaft mbH (ESBUS)	Verkehrsunternehmen zur Personenbeförderung im öffentlichen Linienverkehr und für alle damit verbundenen Dienstleistungen	100%
Better Mobility GmbH	technische Weiterentwicklung der Mobilitätsplattform „Mobility Broker“ und deren Vermarktung	49,5%

### B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

#### Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Die ASEAG setzt auf eine solide finanzielle Basis und Rücklagen, um sich gegen finanzielle Risiken abzusichern. Dabei setzt das Unternehmen neben Mitteln aus den Pensionsrückstellungen insbesondere auf die Wirtschaftskraft des mittelbaren und unmittelbaren Alleingeschafters, Stadt Aachen und des E.V.A-Konzerns.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Die ASEAG erwägt verschiedene Optionen, um Eigenmittel zu generieren. Dazu gehören beispielsweise Kapitaleinlagen und/oder Investitionszuschüsse der Gesellschafter. Die Option der Gewinnrücklage besteht aufgrund des steuerrechtlichen Konstrukts der ÖPNV-Finanzierung bei der ASEAG nicht. Bei den Beteiligungen der ASEAG kann es auch zu Gewinnrücklagen kommen.

## Verifizierungsindikatoren

### Eigenkapitalanteil

Die ASEAG verfügt zum Ende des Jahres 2023 über eine Eigenkapitalquote von 5,5 Prozent bei einem Anteil von 9,3 Millionen Euro.

Der Eigenkapitalanteil innerhalb der Branche hängt von vielen Einflussfaktoren ab - unter anderem von den Gesellschafterverhältnissen und dem jeweiligen Geschäftsmodell. So weisen Unternehmen, die privatwirtschaftlich finanziert sind zweistellige Eigenkapitalquoten aus. Im Vergleich dazu fällt die Eigenkapitalquote der ASEAG mit 5,3 Prozent eher niedrig aus und verdeutlicht, dass die ASEAG auf regelmäßige Zuschüsse der Gesellschafter angewiesen ist.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Um die Wirtschaftskraft zu stärken, wird es bei Tochtergesellschaften in Zukunft zu einer Erhöhung der Eigenkapitalquote kommen.

**Selbsteinschätzung: 0**

## B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

### Berichtsfragen

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

Die ASEAG ist offen für die Finanzierung durch Berührungsgruppen und Kooperationen mit Ethikbanken, um ihre nachhaltigen Ziele zu unterstützen. Bislang erfolgte diese Art der Finanzierung jedoch nicht.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Die ASEAG hat zurzeit keine konventionellen Kredite. Sollten diese notwendig werden, sollen nachhaltige Finanzierungsoptionen berücksichtigt werden. Darüber hinaus strebt die ASEAG grundsätzlich eine Reduzierung finanzieller Risiken an.

### Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)

0 Prozent

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

-

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Eine Umfinanzierung in den nächsten Jahren, um die Elektrifizierung der Busflotte zu finanzieren. Vor diesem Hintergrund werden die Finanzpartner geprüft

**Selbsteinschätzung: 0**

## B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner

### Berichtsfragen

Welche Finanzpartner hat das Unternehmen?

Die Finanzpartner der ASEAG umfassen neben der regional ansässigen Sparkasse, Fördermittelgeber sowie Stadt und StädteRegion Aachen. Als Bank ist die WestLB zu nennen.

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

Auch die Finanzpartner sind zum einen regional ausgewählt. Zum anderen sind auf die ÖPNV-Branche fokussiert. Auch hier erfolgt ein regelmäßiger, partnerschaftlicher Austausch.

Die Sparkasse Aachen ist nach eigenen Angaben auf eine gemeinwohlorientierte und nachhaltige Geschäftspolitik ausgerichtet. Sie versteht die derzeitigen und zukünftigen Anforderungen auch in Bezug auf Nachhaltigkeit und Gemeinwohlorientierung.

Auszug aus dem Bericht an die Gesellschafter, 2021:

„Die Sparkasse Aachen verfolgt eine gemeinwohlorientierte und nachhaltig ausgerichtete Geschäftspolitik. Wir sind der Region verbunden und erfüllen hier auch unseren

gesellschaftlichen Auftrag. In unserem Geschäftsgebiet sorgen wir für eine flächendeckende Versorgung mit Finanzdienstleistungen. Wir fördern die Wirtschaft, aber auch gemeinnützige, soziale und kulturelle Projekte. Mit vielfältigen Beteiligungen ergänzen wir unsere Geschäftstätigkeit, stärken kommunale Netzwerke und den Verbund in der Sparkassen Finanzgruppe“ (Quelle: Sparkasse Aachen, Bericht an die Gesellschaft 2021, S.6).

Zu den weiteren genannten Finanzpartnern liegen derzeit keine weiteren Informationen vor. Die genaue Prüfung der Finanzprodukte und den Anbietern wird in Zukunft als dringliches Thema bei der ASEAG gesehen.

### **Verifizierungsindikator**

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

Als Haupt-Finanzpartner und damit auch wesentlicher Finanzpartner gilt bei der ASEAG die Sparkasse Aachen. Zu weiteren Finanzpartnern mit marginalem Volumen zählt die Norddeutsche Landesbank.

Die ASEAG hat keinerlei Kredite - auch nicht in Form von Kontokorrentkrediten.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:  
Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:3**

## **B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln**

### **B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung**

#### **Berichtsfragen**

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

Als notwendigste Zukunftsausgabe muss unter diesem Punkt die Elektrifizierung der Busflotte genannt werden. Hierzu werden vor allem Elektrobusse angeschafft und die notwendige Infrastruktur geschaffen. Konkret ist die Anschaffung von 90 emissionsfreien Bussen als Ersatz beziehungsweise zur Abdeckung von Mehrleistung für bestehende Dieselfahrzeuge bis voraussichtlich 2026 geplant. Die Umsetzung der Planung führt zu einer Reduktion von ca. 5557 to CO2 (Tank to Wheel) ab dem betrachteten Jahr. Voraussetzung für die Umsetzung dieser Planung sind die Fördermittel von Bund oder Land, sowie die kommunalen Komplementärmittel der Stadt Aachen und der StädteRegion Aachen. Die Deckung dieser Zukunftsausgaben erfolgt über Förderungen und die Stadt Aachen.

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

Die Eigentümer erwarten keine Rendite auf ihre Anlage. Die umwelt- und verkehrspolitischen Ziele sind möglichst wirtschaftlich zu erreichen beziehungsweise mit den zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln soll ein maximaler Beitrag zur Erreichung der politischen Ziele erbracht werden.

### Verifizierungsindikatoren –

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit\* (in Tsd. EUR)

Hinweise zum Mittelüberschuss beziehungsweise Jahresfehlbetrag sind dem Geschäftsbericht zu entnehmen

- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)

Der Gesamtbedarf, der in der Zukunft auf die Anschaffung beziehungsweise die Ersatzinvestition des Fuhrparks abzielt, beträgt mittelfristig aufgerundet 80 Millionen Euro.

- Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)

Als getätigter strategischer Aufwand können folgende Positionen genannt werden:

Ausschüttung der Fördermittel für die Weiterentwicklung der movA-App in 2023: 500.000 Euro (zehn Prozent Eigenanteil der ASEAG inklusive)

- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)

2022: 0 TEUR  
2023: 0 TEUR

- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)

2022: 0 TEUR  
2023: 0 TEUR

- Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital)

2022: 0 TEUR  
2023: 0 TEUR

\*Mittelüberschuss ist ein Cashflow- und kein Ergebnisbegriff; das Thema beschäftigt sich sehr grundsätzlich mit der Verwendung verfügbarer Geldmittel.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- positive Förderbescheide zur weiteren Elektrifizierung der Fahrzeugflotte
- Fördermittel zur weiteren Entwicklung der movA-App

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:1**

## **B2.2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln**

### **Berichtsfragen**

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

Standortverlagerungen oder -schließungen können auch bei der ASEAG aufgrund von strategischen Überlegungen, veränderten Marktbedingungen oder Effizienzsteigerungen erfolgen. Im Berichtszeitraum traf dies jedoch nicht zu und ist auch in der aktuellen Planung kein strategisches Thema.

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

Tarifvertraglich sind bis Ende 2027 bei der ASEAG betriebsbedingte Kündigungen ausgeschlossen.

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

Aufgrund der steuerlich optimierten ÖPNV-Finanzierung kommt es zu keiner Ausschüttung von Kapitalerträgen. Die ASEAG wird steuerlich als "Dauerverlustbetrieb" angesehen.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

### **Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung:0 (Keine Negativpunkte)**

# B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

## B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

### Berichtsfragen

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

Anlagen im Sinne eines Produktionsunternehmens liegen wie dargestellt bei der ASEAG nicht vor. Die Fahrzeuge können bei der ASEAG als Anlage betrachtet werden. Als Sanierungsziel ist bei der ASEAG daher unter anderem die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte zu sehen.

Die ASEAG unterhält einen Zentralen Betriebshof im eigenen Besitz. Zudem ist sie Mieterin und hat das Nutzungsrecht des zentralen Busbahnhofes und des dazugehörigen Gebäudes in zentraler Lage der Aachener Innenstadt. Zum Zentralen Betriebshof zählen neben den Bürogebäuden auch die Abstellhallen der Fahrzeuge und die Werkstatt. Hier befindet sich auch eine Waschanlage. Im Berichtsjahr wurden verschiedene Maßnahmen ergriffen, welche ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial beinhalten.

Hierzu zählen neben der Umstellung der Beleuchtung auf LED auch die verbesserte Gestaltung des Pausenraums der Werkstattmitarbeitenden mit dem Erfolg, dass die Geräuschkulisse, während der Pausen drastisch verbessert werden konnte. Weitere Potenziale in Bezug auf soziale und ökologische Verbesserungen werden derzeit konkretisiert und Neue erarbeitet. Darunter fallen vor allem Maßnahmen, die zu einer verbesserten energetischen Nutzung sowie zur Verbesserung der Ergonomie beitragen.

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

Die Realisierung der Sanierungsziele erfordert finanzielle Mittel, für die das Unternehmen auf Förderprogramme und Finanzierungsoptionen nutzt. Mögliche Fördergeber wurden bislang noch nicht ermittelt.

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

Aufgrund des Auftrags zur Daseinsvorsorge werden ökologische und soziale Aspekte in Investitionsentscheidungen integriert. Die ASEAG beachtet dabei mögliche Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Einzelne konkrete Sanierungen sind bereits oben dargestellt.

## Verifizierungsindikatoren

- Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR)

Der Investitionsplan für den Sanierungsbedarf der Fahrzeugflotte/Umstellung auf Elektrofahrzeuge beträgt aufgerundet 80 Millionen Euro.

- Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)

Im Berichtszeitraum wurden alle Dieselsebusse mit Euro 6 Norm ausgestattet:

aktuell ist unser Fuhrpark wie folgt aufgestellt:

- 86 Fahrzeuge Euro 5
- 141 Fahrzeuge Euro 6
- 27 Fahrzeuge Elektro

Die **Euro 5** Fahrzeuge wurden **alle** durch einen Abgasfilter und ein AdBlue-System auf das Euro 6 Niveau angehoben.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Gestaltung des Pausenraums der Werkstattmitarbeitenden mit dem Erfolg, dass die Geräuschkulisse, während der Pausen drastisch verbessert werden konnte.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Umstellung der Fahrzeugflotte auf Elektrobusse

**Selbsteinschätzung: 8**

## B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

### Berichtsfragen

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

Bisher nicht bekannt.

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

Im Falle einer Beteiligung würden Informationen über erwartete sozial-ökologische Wirkungen aus Projektbewertungen, Expertenanalysen und Stakeholder-Konsultationen abgeleitet.

### Verifizierungsindikatoren

- Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % der Geldanlagen)

0%

- Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % der Geldanlagen)

0%

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 0**

## B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

### Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Die Geschäftsprozesse der ASEAG nutzen Ressourcen wie Energie (insbesondere Diesel), Öl oder Kältemittel. Den größten Faktor nimmt dabei vor allem der Treibstoff ein, der zu einem großen Teil noch Diesel ist.

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

Mit dem bereits erläuterten Vorhaben der Elektrifizierung der Flotte implementiert die ASEAG bereits Maßnahmen, um von ökologisch bedenklichen Ressourcen weniger abhängig zu sein.

Zusätzlich reduziert die ASEAG den Wasserverbrauch in der Waschstraße durch die Wiederverwendung von Brauchwasser.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Der Ausstieg aus fossilen Energieträgern stellt jedes Unternehmen vor Herausforderungen. Die ASEAG als Mobilitätsdienstleister ist Vorbild für diese Entwicklung da der ÖPNV als einer der größten Treiber angesehen wird. Daher ist die ASEAG nach eigenem Selbstverständnis dem Ausstieg aus fossilen Energieträgern positiv gegenübergestellt. Die Elektrifizierung der

Flotte bedingt jedoch eine Zusage der Förderanträge, ohne die die Verkehrswende und damit die Abkehr von fossilen Energieträgern nicht möglich ist.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0**

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

### B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

#### Berichtsfragen

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

Die Stadt Aachen ist zu 99,9 Prozent, die StädteRegion zu 0,01 Prozent Eigentümerin des E.V.A.- Konzerns zu dem die ASEAG gehört.

Die Rechte, Pflichten und die Haftung ergeben sich aus dem Öffentlichen Dienstleistungsauftrag (ÖDA) sowie dem bestehenden Ergebnisabführungs- und Beherrschungsvertrag.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Unsere Eigentümerinnen haben Mitspracherechte in strategischen Entscheidungen und sind am langfristigen Erfolg des Unternehmens beteiligt.

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

Als regelmäßig zusammenkommende Organe, welche Entscheidungen transparent vorbereiten und beschließen sind der Aufsichtsrat und die Aufsichtsratssitzung sowie die Gesellschafterversammlung zu nennen. Im Falle des Hinzustoßens neuer Eigentümer würden transparente Informationen und Berichte bereitgestellt. Entsprechende Schulungen für neue Eigentümer würden durchgeführt werden.

Wie werden das Erweitern und Verbreitern der Eigentümerstruktur gefördert?

Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Eine Veränderung der Eigentümerstruktur ist durch die Eigentümer zurzeit nicht vorgesehen. Eine aktive Förderung zur Erweiterung und Verbreiterung der Eigentümer findet deshalb nicht statt.

Die Eigentümerstruktur hat sich in den vergangenen 20 Jahren nicht verändert. Veränderungen dieser Struktur sind nunmehr nur noch mit mehrstufigen Gremienentscheidungen möglich. Die letzte Beschlussstufe bildet ein Beschluss des Rates der Stadt Aachen. Gegebenenfalls ist auch eine Genehmigung der Bezirksregierung notwendig.

### Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)

- Unternehmer\*innen – 0%
- Führungskräfte – 0%
- Mitarbeiter\*innen – 0%
- Kund\*innen – 0%
- Lieferanten – 0%
- weiteres Umfeld – Stadt Aachen/E.V.A – 100%
- nicht mittätige Kapitalinvestor – 0%

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 0**

## B4.2 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

### Berichtsfragen

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

Die Gesellschaftsanteile der ASEAG sind nicht frei handelbar. Eine feindliche Übernahme wird daher als ausgeschlossen angesehen. Auch in der Vergangenheit gibt es keinen Fall, in dem eine feindliche Übernahme eines anderen Unternehmens durch die ASEAG erfolgt ist.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Die Gesellschaftsanteile der ASEAG sind nicht frei handelbar. Eine feindliche Übernahme wird daher als ausgeschlossen angesehen.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0**

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

### C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

#### Berichtsfragen

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

In den vergangenen Jahren hat die ASEAG zahlreiche Initiativen umgesetzt, um zur Steigerung der internen Kommunikation zu verbessern und eine mitarbeitenden orientierte Unternehmenskultur zu schaffen. Zu den wichtigsten Maßnahmen zählen regelmäßige Mitarbeiterbefragungen, die als Instrument zur Erfassung der Mitarbeiterzufriedenheit und zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen dienen. Des Weiteren wurde im Berichtszeitraum ein umfassendes Organisationsentwicklungsprojekt gestartet. Dieses Projekt mit dem Namen "ASEAG & Du. Fit für 2027." Beschäftigt sich in fünf Teilprojekten mit den Themenschwerpunkten Führung, Gesundheit, Fahrgast, Zusammenarbeit sowie Fahrdienst. Diese Teilprojekte zeichnen sich durch interdisziplinäre Zusammenarbeit aus und zielen darauf ab, die Unternehmenskultur zu stärken. Dank fortlaufender Mitarbeiterbefragungen wird zudem sichergestellt, dass die Stimmen der Mitarbeitenden gehört und kontinuierliche Verbesserungen ermöglicht werden.

## Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Bei der ASEAG wird ein konstruktiver Ansatz verfolgt, der Fehler und Konflikte als Lernmöglichkeit und Chance für Verbesserungen betrachtet. Dieser Ansatz spiegelt sich insbesondere in den Teilprojekten zu den Themen Führung und Gesundheit wider, indem Führungskräfte geschult werden, Fehler neutral oder sogar positiv zu bewerten und Konflikte als Anstoß für innovative Lösungen zu nutzen. Die interdisziplinäre Arbeit in den Teilprojekten des ASEAG & Du-Programms fördert zudem eine Kultur, in der Konflikte offen angesprochen und gemeinsam gelöst werden. Den Mitarbeitenden werden umfassende Konfliktlösungskompetenzen vermittelt.

## Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Die ASEAG legt großen Wert auf die Förderung von Selbstorganisation und Eigenverantwortung unter den Mitarbeitenden. Durch das Teilprojekt mit dem Themenschwerpunkt Führung werden Führungskräfte dazu angehalten, klare Aufgabenverteilungen und Strukturen zu schaffen, die den Mitarbeitenden Klarheit über ihre Verantwortlichkeiten geben und gleichzeitig genügend Freiraum für eigenverantwortliches Handeln und Mitgestaltung bieten. Im Rahmen des Teilprojekts mit dem Themenschwerpunkt Gesundheit werden zudem Gesundheitsmanagementpraktiken gefördert, die den Mitarbeitenden ermöglichen, Eigeninitiative für ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden am Arbeitsplatz zu ergreifen. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb der Teilprojekte des ASEAG & Du-Programms unterstützt zusätzlich den Austausch zwischen verschiedenen Bereichen und fördert ein Arbeitsumfeld, in dem Eigenverantwortung und Selbstorganisation gelebt werden.

## Verifizierungsindikatoren

### Fluktuationsrate:

2023 = 4,66 %

(eingerechnet sind Ende Befristungen, AN-Kündigungen, Tod und Aufhebungsverträge); nicht berücksichtigt wurden die Abgänge in Altersrente

### durchschnittliche Betriebszugehörigkeit:

Zum 31. Dezember 2023 lag diese bei 15,24 Jahren.

### Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

im Jahr 2023 erhielt die ASEAG (ohne ESBUS) 333 Bewerbungen

## Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Regelmäßig im Abstand von vier bis fünf Jahren was auch pandemiebedingte Gründe hat. Zuletzt wurde eine Mitarbeiterbefragung im Berichtszeitraum, demnach 2023, durchgeführt.

## Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitenden bzw. nach Führungsebene

Im Jahr 2023 wurden ca. 6.600 Stunden in Fort- und Weiterbildungen unterschiedlichster Art investiert

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Durchführung der Mitarbeiterbefragung
- Implementierung des Organisationsentwicklungsprojektes „ASEAG & Du“

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die Häufigkeit der Mitarbeiterbefragungen soll erhöht werden

## Selbsteinschätzung: 5

## C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

### Berichtsfragen

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

Im Rahmen der Bemühungen um die Gesundheitsförderung und den Arbeitsschutz hat die ASEAG umfassende Maßnahmen implementiert. Dazu gehört die Planung und Durchführung einer psychischen Gefährdungsbeurteilung, die helfen soll, psychische Belastungen am Arbeitsplatz zu identifizieren und anzugehen. Die bei der ASEAG bestellte Fachkraft für Arbeitssicherheit und der Ausschuss für Arbeitssicherheit (ASA) führen regelmäßige Überprüfungen der gesundheitlichen Gefahren durch, um sicherzustellen, dass Risiken proaktiv minimiert werden. Den Mitarbeitenden steht ein Betriebsarzt zur Verfügung. Die ASEAG bietet verschiedene Gesundheitsvorsorgemaßnahmen an. Ein wichtiger Bestandteil der Strategie ist das Teilprojekt "Gesundheit", das speziell auf die Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz ausgerichtet ist. Zur Evaluation dieser Maßnahmen setzt die ASEAG auf eigene Untersuchungen und den Austausch mit Experten. Sie legt großen Wert auf das Feedback ihrer Mitarbeitenden, um kontinuierlich Verbesserungspotenziale zu identifizieren und Prozesse zu optimieren.

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

Die Mitarbeitenden könnten von einer Reihe gesundheitlicher Herausforderungen betroffen sein, darunter psychische Belastungen, ergonomische Probleme und allgemeine Gesundheitsrisiken. Um diesen entgegenzuwirken, hat die ASEAG eine psychische Gefährdungsbeurteilung eingeführt, die spezifische Risiken erkennen soll und gezielte Maßnahmen ergreift. Das ASA-Team und die Fachkraft für Arbeitssicherheit sorgen für die laufende Bewertung und Anpassung der Arbeitsplatzgestaltung, einschließlich der Verbesserung der Lichtverhältnisse, der Bereitstellung ergonomischer Möbel und der Sicherstellung einer hohen Luftqualität. Zusätzlich bietet die ASEAG Schulungen zur Gesundheitsprophylaxe an, die Suchtprävention, Ernährungsberatung, Sport- und Bewegungsprogramme sowie Maßnahmen zur Stress- und Burnout-Prävention umfassen. Für Mitarbeitende, die aufgrund eines Unfalls oder einer Krankheit eingeschränkt sind, bieten die ASEAG unterstützende Maßnahmen und eine gezielte Wiedereingliederung an. Der kontinuierliche Dialog mit den Mitarbeitenden und der Austausch mit Experten trägt in erheblichem Maße dazu bei, die Gesundheitsförderungs- und Arbeitsschutzmaßnahmen stetig zu verbessern.

### **Verifizierungsindikatoren**

Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung); Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Im Berichtszeitraum 2023 betrug die Krankenquote im Schnitt 20,23 Prozent.

Die Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb gekommen sind wird derzeit nicht erfasst, da dies nach Befragung der Führungskräfte auch nicht zutrifft. Eine Krankschreibung zeigt dem Arbeitgeber die Arbeitsunfähigkeit des Mitarbeitenden an. Es gab keinen Fall, bei dem ein Mitarbeiter trotz Krankheit gebeten wurde zu arbeiten.

### **Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle**

Ein Arbeitsunfall, der zu einer Arbeitsunfähigkeit von mehr als drei Kalendertagen führt, wird der zuständigen Berufsgenossenschaft von der ASEAG gemeldet.

Im Berichtszeitraum ereigneten sich insgesamt 29 Unfälle. Diese Zahl setzt sich aus den meldepflichtigen Unfällen der ASEAG sowie der Tochtergesellschaften ESBUS und APAG zusammen, da das Arbeitssicherheitsteam das Ziel verfolgt, die Zahl insgesamt für alle zur ASEAG gehörigen Unternehmen zu reduzieren und präventive Maßnahmen auf alle Unternehmen anzuwenden.

- Meldepflichtige Unfälle ASEAG, ESBUS und APAG (VBG): 29 (Unfälle)

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

Diese Zahl wurde bislang nicht statistisch erfasst.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Durchführung eines Gesundheitstages
- Start des Teilprojekts „Gesundheit & Du“
- regelmäßige Begehungen und Sitzungen des Arbeitssicherheitsausschusses

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Analyse und Erhöhung der statistischen Erhebungen im Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement

**Selbsteinschätzung:6**

## C1.3 Diversität und Chancengleichheit

### Berichtsfragen

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

Diversität ist bei der ASEAG ein gelebter Wert, der durch faire und transparente Gehaltsstrukturen gemäß dem Tarifvertrag TV-N und klare Aufstiegsregelungen unterstützt wird. Diese Praktiken tragen dazu bei, ein gerechtes und inklusives Arbeitsumfeld für alle Mitarbeitenden zu schaffen, in dem Gleichberechtigung und Transparenz im Vordergrund stehen. Während spezifische Initiativen zur Diversitätsförderung schrittweise entwickelt werden, setzen setzt die ASEAG sich dafür ein, mit ihrer Personalpolitik möglichst allen Mitarbeitenden gerecht zu werden und Chancengleichheit zu bieten.

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

Die ASEAG ist in hohem Maße bestrebt, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich kein Mitarbeitender benachteiligt fühlt. Durch transparente Gehaltsregelungen und klar definierte Karrierewege gemäß dem Tarifvertrag TV-N, fördert die ASEAG eine Kultur der Gleichberechtigung und Fairness. Das Engagement für die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben bildet die Grundlage für eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung von Richtlinien und Praktiken, um ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen. Dieser Ansatz ermöglicht es, proaktiv

auf die Bedürfnisse der Belegschaft einzugehen und ein Umfeld zu fördern, in dem sich jeder wertgeschätzt fühlt.

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

Eine transparente Gehaltsstruktur und die klar definierten Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens sind Ausdruck des Engagements für Gleichberechtigung und Chancengleichheit. Diese Rahmenbedingungen unterstützen die Talentförderung und bieten allen Mitarbeitenden die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten und Karrieren auf der Grundlage von Leistung und Qualifikation zu entwickeln. Die ASEAG legt großen Wert darauf, dass ihre Unternehmenskultur die Grundprinzipien von Fairness und Transparenz widerspiegelt und diese kontinuierlich weiterentwickelt, um ein noch inklusiveres Arbeitsumfeld zu fördern.

### Verifizierungsindikatoren

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

- Der Altersdurchschnitt beträgt zum 31. Dezember 2023 48,55 Jahre.
- 85,3 Prozent der Belegschaft sind männlich.
- 14,5 Prozent der Belegschaft sind weiblich.
- 0,2 Prozent der Belegschaft sind divers.
- Die Schwerbehindertenquote beträgt 11,81 Prozent.

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

Die Anzahl der Fitnesszuschüsse ist vorhanden, die einzelnen Stunden sind jedoch schwierig zu ermitteln, da die Frequentierung der Nutzung des Fitnessstudios zu den personenbezogenen Daten gehört und diese durch das Fitnesscenter nicht zu 100 Prozent erfasst werden. Eine Auswertung der durch die Mitarbeitenden in Anspruch genommenen Stunden ist daher zum jetzigen Zeitpunkt und für den Berichtszeitraum nicht möglich.

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

Bei der ASEAG arbeiten Menschen mit 23 Nationalitäten.

Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten

Mitarbeitende waren im Jahr 2023 insgesamt 59 Monate in Elternzeit.

## Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

59 Mitarbeitende wurden eingestellt, 53 Mitarbeitende haben die ASEAG aus unterschiedlichsten Gründen inklusive Ruhestand verlassen.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Mitarbeiterbefragung wird ergänzt um die Themen Diversität und Gesundheit

## Selbsteinschätzung:6

# C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

### **Berichtsfragen**

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

Die ASEAG engagiert sich aktiv für die Überwachung und stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Dies erreicht sie durch regelmäßige Überprüfungen der Arbeitsplätze im Rahmen der ASA-Sitzungen, an denen sowohl die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die wöchentlich am Betriebshof präsent ist, als auch der Betriebsarzt teilnehmen. Durch die Einbindung von Betriebsrat und Personalabteilung in den Arbeitssicherheitsausschuss stellt die ASEAG sicher, dass alle Aspekte der Arbeitsgestaltung und -sicherheit umfassend berücksichtigt werden. Dieses proaktive Vorgehen umfasst die Einhaltung der Arbeitsstättenverordnung, sowie das Befolgen der Empfehlungen des Betriebsarztes. Dies ermöglicht, potenzielle physische und psychische Belastungsfaktoren zu identifizieren.

Zu den Bereichen, die für Stress und psychische Belastungen sorgen können, zählen lange Arbeitszeiten, Schichtarbeit, das Navigieren in dichtem Straßenverkehr und der Umgang mit herausfordernden Fahrgastsituationen. Diese Herausforderungen werden durch die psychische Gefährdungsanalyse adressiert, um das Wohlbefinden der Mitarbeitenden sicherzustellen und kontinuierlich zu verbessern. Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen ist, indem ein hoher Standard an Arbeitsbedingungen sichergestellt wird.

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

Der Betriebsrat und die Personalabteilung, beide Mitglieder des ASA-Ausschusses, spielen eine wichtige Rolle bei der Sicherstellung eines fairen und sicheren Arbeitsumfeldes. Sie sind integraler Bestandteil der Informationskette, die gewährleistet, dass Rückmeldungen und Bedenken der Mitarbeitenden ernst genommen und entsprechend adressiert werden. Dieses System ermöglicht eine effektive Kommunikation und schnelle Reaktion auf jegliche Hinweise oder Beschwerden, die auf potenzielle Verbesserungen oder Fehlverhalten im Unternehmen hindeuten.

## Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Die ASEAG hat Mechanismen implementiert, um auf mögliches Fehlverhalten aufmerksam zu machen und dieses anzugehen. Mitarbeitende können sich direkt an ihren Vorgesetzten wenden oder die monatlich stattfindende Fahrersprechstunde beim Bereichseiter Fahrdienstmanagement nutzen. Darüber hinaus steht ein Hinweisgebersystem zur Verfügung, das mit einem externen Fachanwalt arbeitet, um Anonymität und Schutz für die Hinweisgeber zu gewährleisten. Der Betriebsrat nimmt ebenfalls Beschwerden und Hinweise entgegen und leitet diese an die zuständige Stelle weiter. Durch diese vielschichtigen Kommunikationswege stellt die ASEAG sicher, dass mögliche Missstände effektiv erfasst und behoben werden.

### Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

Der Betriebsrat und die Personalabteilung waren von Start bis zur Fertigstellung der Gemeinwohlbilanz eingebunden. Die Antworten bilden daher das Statement ab.

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

Im Berichtszeitraum gab es keine Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren, die in Bezug zu einer Verletzung des Arbeitsrechts stehen.

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

0

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0 (keine Negativpunkte)**

# C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

## C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

### Berichtsfragen

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

Die ASEAG legt großen Wert auf Transparenz und Gerechtigkeit in der Vergütung ihrer Mitarbeitenden, was durch den Tarifvertrag TV-N gewährleistet wird. Dieser Tarifvertrag ist öffentlich einsehbar und schafft klare Richtlinien für die Vergütung, basierend auf definierten Merkmalen und Eingruppierungen. Bei Vertragsabschluss und bei Bedarf werden diese Vergütungsstrukturen ausführlich erläutert, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden die Konditionen ihrer Entlohnung verstehen. Aufgrund des Tarifvertrags sind die Spielräume in Bezug auf individuelle Gehaltsanpassungen begrenzt, was zu einer hohen Gleichbehandlung und Gerechtigkeit innerhalb der Belegschaft führt. Die Diskrepanz zwischen Eigen- und Fremdwahrnehmung der erbrachten Leistung entsteht gelegentlich aus unterschiedlichen Perspektiven auf Arbeitsaufwand und -ergebnis. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, fördert die ASEAG offene Gespräche und regelmäßigen Austausch, um Verständnis und Anerkennung für alle Beiträge zu schaffen.

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

Der Tarifvertrag TV-N sorgt dafür, dass die Vergütung der Mitarbeitenden den regionalen Lebenshaltungskosten angepasst und somit ein lebenswürdiger Verdienst sichergestellt ist. Obwohl die ASEAG selbst keine direkten Anpassungen der Gehälter vornimmt, bietet der Rahmen des Tarifvertrags eine solide Grundlage für faire und angemessene Arbeitsbedingungen. Dies zeigt das Engagement, den Mitarbeitenden ein stabiles und sicheres Einkommen zu bieten, das ihren Lebensstandard unterstützt.

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

Innerhalb der Strukturen, die der Tarifvertrag TV-N vorgibt, bietet die ASEAG den Mitarbeitenden derzeit keine direkte Möglichkeit, ihr Gehalt selbst zu bestimmen. Diese festgelegten Gehaltsstrukturen sorgen für eine transparente und gerechte Vergütung aller Mitarbeitenden, basierend auf objektiven Kriterien. Die Einheitlichkeit und Gerechtigkeit dieser Strukturen sind essenziell, um ein stabiles und faires Arbeitsumfeld zu schaffen. Trotz dieser tarifvertraglichen Bindungen ist die ASEAG bestrebt, ein offenes Ohr für die Bedürfnisse und das Feedback ihrer Mitarbeitenden zu haben, die Arbeitszufriedenheit kontinuierlich zu verbessern und zu einem positiven Arbeitsklima beizutragen.

### **Verifizierungsindikatoren**

Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)

Im Berichtszeitraum 2023 liegt eine Spreizung im Verhältnis 5:1 zwischen Höchst- und Mindestverdienst vor.

### **Medianverdienst**

liegt in der Entgeltgruppe 5 Stufe 3 bei 3.287,55 Euro

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

Hierzu liegen derzeit keine Informationen vor.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Überprüfung der Mitarbeitenden in der unteren EG-Gruppe
- gegebenenfalls Anpassung der unteren Grenze

### **Selbsteinschätzung: 6**

## C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

### Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Arbeitszeiten der Mitarbeitenden werden über die elektronische Arbeitszeiterfassung festgehalten - sofern sie an diesem System teilnehmen. Die Pflege dieses Systems obliegt den Arbeitszeitbeauftragten in den jeweiligen Organisationseinheiten. Mitarbeitende, die im Schichtdienst tätig sind, erfassen ihre Zeiten nicht manuell, da diese aus den vorgegebenen Dienstplänen resultieren.

Die Überwachung der Arbeitslasten und die effiziente Verteilung von Arbeitsaufgaben liegen im Verantwortungsbereich der Vorgesetzten. Um eine Überlastung zu vermeiden, sind in Betriebsvereinbarungen Grenzen für Überstunden geregelt, die die jeweiligen Führungskräfte zum Handeln verpflichten. Diese Grenzen sind in drei Stufen unterteilt, wie in Abbildung ## dargestellt. Mitarbeitende dürfen eigenständig bis zu 30 Arbeitsstunden in Form von Überstunden aufbauen. Überstunden bis zu einem Wert von höchstens 38,5 Stunden dürfen nur in Absprache mit dem jeweiligen Vorgesetzten aufgebaut werden. Überstunden über 38,5 Stunden bedürfen einer strengen Abstimmung mit der Führungskraft, um zu klären, wie diese abgebaut werden sollen. Diese Regelungen bieten den Führungskräften ein unterstützendes Instrument zur Steuerung der zeitlichen Ressourcen und einen Überblick über die Arbeitsbelastung.

Es sei angemerkt, dass diese Regelungen ausschließlich in Verwaltung und Werkstatt gelten. Im Fahrdienst gelten Dienstpläne, die zulasten der Work-Life-Balance führen können.

Eine kontinuierliche Zuordnung zu festen Schichten wird durch die Notwendigkeit Spitzen abzudecken oder Krankheitsausfälle zu kompensieren erschwert.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden sind in der ASEAG als Mittel zur Flexibilität und zur Bewältigung von Arbeitsspitzen vorgesehen. Es wird stets angestrebt, Überstunden proaktiv zu managen und im Dialog mit den Mitarbeitenden Lösungen zu finden, diese auch wieder abzubauen. Die strenge Abstimmung mit der Führungskraft bei Überstunden von mehr als 38,5 Stunden zeigt, wie die Organisation sicherstellt, dass eine Balance zwischen betrieblichen Anforderungen und dem Wohlergehen der Mitarbeitenden gefunden wird.

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

Die Einführung der digitalen Diensttauschbörse ist ein Schritt den zu ermöglichen, ihre Arbeitszeiten flexibler zu gestalten und somit ihre gesellschaftliche Teilhabe zu verbessern. Diese Maßnahme hilft, eigenverantwortlich über Arbeitszeiten zu entscheiden und diese besser mit persönlichen und sozialen Verpflichtungen in Einklang zu bringen. Weiterhin strebt die ASEAG an, durch die Akquise von zusätzlichem Fahrpersonal die Arbeitslast besser zu verteilen und damit die Arbeitszeiten weiter zu optimieren.

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

Für Mitarbeitende in Verwaltung und Werkstatt bietet das System der Zeiterfassung die Möglichkeit, Überstunden zu erfassen und in Absprache abzubauen, ein gewisses Maß an Selbstbestimmung. Die digitale Diensttauschbörse erweitert diese Möglichkeit auch für das Fahrpersonal, indem sie den Mitarbeitenden erlaubt, untereinander Dienste zu tauschen und so ihre Arbeitszeiten individueller zu gestalten. Die ASEAG erkennt das Verbesserungspotenzial in der selbstorganisierten Bestimmung der Arbeitszeit und arbeitet an Lösungen, um dies weiter zu fördern - insbesondere durch die personelle Verstärkung im Fahrdienst, um flexiblere Arbeitszeitmodelle zu ermöglichen.

### **Verifizierungsindikatoren**

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit

39 Stunden

### **Tatsächlich geleistete Überstunden**

Im Jahr 2023 wurden ca. 24.000 Überstunden und ca. 2.400 Flex-Stunden geleistet.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Verstetigung der Schichtlagen

**Selbsteinschätzung:3**

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

### **Berichtsfragen**

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Die ASEAG bietet unterschiedliche Arbeitsmodellen an, um den verschiedenen Bedürfnissen und Lebenssituationen der Mitarbeitenden gerecht zu werden. Dazu gehören Teilzeit-, Vollzeit- und Gleitzeitmodelle, die eine flexible Gestaltung der Arbeitszeit ermöglichen. Besonders im Fahrdienst dienen verschiedene Lohnlisten dazu, weitere Einflussmöglichkeiten auf die Arbeitszeiten und -modelle zu ermöglichen. Diese Flexibilität unterstützt die Mitarbeitenden dabei, ihre beruflichen Verpflichtungen optimal mit persönlichen Interessen und Verantwortungen zu vereinbaren.

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

Die ASEAG legt großen Wert auf die Work-Life-Balance der Mitarbeitenden. Neben flexiblen Arbeitsmodellen wie Teilzeit, Vollzeit und Gleitzeit, die bereits eine individuelle Anpassung der Arbeitszeit ermöglichen, unterstützt das Unternehmen auch in anderen Lebensbereichen, wie etwa der Kinderbetreuung. Obwohl die Angebote zur Kinderbetreuung bereits gut angenommen werden, besteht dennoch Verbesserungspotenzial beispielsweise hinsichtlich der Öffnungszeiten, die an die Arbeitszeiten der Mitarbeitenden angepasst werden müssten.

Die ASEAG bietet ihren Mitarbeitenden über eine Diensttauschbörse die Möglichkeit zur selbstbestimmten Arbeitszeitgestaltung. Damit leistet das Unternehmen einen Beitrag zur individuellen Work-Life-Balance. Die ASEAG ist bestrebt, diese Unterstützungsangebote weiterzuentwickeln, um ihren Mitarbeitenden die bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu ermöglichen, sowie ihre Zufriedenheit und Motivation zu steigern.

### **Verifizierungsindikatoren**

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

- feste Lohnliste mit weit im Voraus feststehender Lage von Schichten und freien Tagen
- Individualdienstplan mit der Möglichkeit des Wunsches der Schichtlagen der nächsten acht Wochen
- Ergänzung durch eine Diensttauschbörse

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

71 Mitarbeitende und zusätzlich 13 Aushilfen

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Pilot der Diensttauschbörse

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Roll-Out der Diensttauschbörse für alle Mitarbeitenden

**Selbsteinschätzung:6**

## C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### Berichtsfragen

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

Der Tarifvertrag regelt die Verdienstmöglichkeiten der Mitarbeitenden und sichert einen lebenswürdigen Verdienst für alle. Dieser Tarifvertrag orientiert sich an den Anforderungen der Branche und gewährleistet, dass die Vergütung nicht nur den gesetzlichen Anforderungen entspricht, sondern auch den Bedarf für ein angemessenes Leben deckt. Die ASEAG hat ein hohes Interesse, durch faire und transparente Vergütungsstrukturen das Wohlergehen ihrer Mitarbeitenden zu fördern.

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

Die investierte Arbeitszeit der Mitarbeitenden wird als wichtiger Faktor bei der Bewertung ihrer Leistung und bei der Planung ihrer Karrierewege gesehen. Die ASEAG erkennt den Einsatz und das Engagement ihrer Mitarbeitenden an und berücksichtigt dies bei der Förderung und Entwicklung innerhalb der Organisation. Die Führungskräfte sind angehalten, die Beiträge jedes Einzelnen gerecht zu bewerten und Möglichkeiten für Wachstum und Weiterentwicklung zu bieten.

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

Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung erhalten eine Vergütung, die sich an tariflichen Vereinbarungen und branchenüblichen Standards orientiert. Dies stellt sicher, dass auch diejenigen, die am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen oder unterstützende Tätigkeiten ausüben, fair entlohnt werden. Die ASEAG legt großen Wert darauf, dass die Vergütung aller Mitarbeitenden ihre Leistung angemessen widerspiegelt und ihnen eine solide Grundlage für ihre berufliche und persönliche Entwicklung bietet.

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

Das Modell der Zeitarbeit nimmt die ASEAG nur in wenigen, wohlüberlegten Ausnahmefällen in Anspruch. Zeitarbeitende werden gemäß den gesetzlichen Vorgaben und den im Tarifvertrag vereinbarten Konditionen eingesetzt. Dies stellt sicher, dass sie keine ungerechtfertigten Risiken tragen und ihre Arbeitsbedingungen, denen der fest angestellten Mitarbeitenden entsprechen. Die bewusste und verantwortungsvolle Nutzung von Zeitarbeit demonstriert das Engagement der ASEAG für faire Arbeitsbedingungen und die Sicherheit aller Mitarbeitenden.

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

Die ASEAG befristet Arbeitsverträge nach sorgfältiger Abwägung der betriebswirtschaftlichen Erfordernisse und der Interessen der Mitarbeitenden. Dabei verfolgt das Unternehmen einen ausgewogenen Ansatz, der die Flexibilität der Organisation unterstützt und gleichzeitig Sicherheit und Perspektiven für die Mitarbeitenden bietet. Eine transparente Kommunikation und faire Vertragspraktiken gewährleisten, dass befristete Arbeitsverhältnisse im Einklang mit

den Bedürfnissen beider Seiten stehen.

### Verifizierungsindikatoren

Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"

Hierzu liegen derzeit keine Informationen vor.

### Mitarbeitenden Anzahl

Im Mittel arbeiteten bei der ASEAG und der ESBUS 481 Mitarbeitende.

### Höchst- und Mindestverdienst

Siehe Abschnitt: C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

### Anzahl der Pauschalverträge

0

### Anzahl der Null-Stunden-Verträge

0

### Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Im Berichtszeitraum beschäftigt die ASEAG keine Zeitarbeitnehmer. Die Entscheidung über die Beschäftigung wird individuell getroffen und richtet sich nach der aktuellen Wirtschaftslage sowie der Notwendigkeit der jeweiligen Position.

### Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

Im Mittel arbeiteten bei der ASEAG und der ESBUS 481 Mitarbeitende.

### Anzahl der Zeitarbeitenden

0

### Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

mindestens sechs Monate, maximal 24 Monate

### Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

Zum 31. Dezember 2023 gab es 13 befristete Arbeitsverträge.

### Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

Die Verlängerungspraxis für befristete Arbeitsverträge erstreckt sich üblicherweise über einen Zeitraum von sechs bis 12 Monaten.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0 (keine Negativpunkte)**

## C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

#### Berichtsfragen

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

Die ASEAG zeigt erste Ansätze, um nachhaltige Ernährungsmuster zu fördern. So liegt täglich frisches Obst an den unterschiedlichen Standorten zur Mitnahme bereit. Dieses Angebot ermöglicht den Mitarbeitenden den Zugang zu gesunden Lebensmitteln und fördert gleichzeitig die ökologisch-regionale Herkunft der Produkte. Zudem werden Wasserspender bereitgestellt, an den die Mitarbeitenden frisches Wasser mit und ohne Kohlensäure in eigens mitgebrachte Flaschen füllen können.

Zusätzlich wurde im Rahmen eines Gesundheitstages im Berichtszeitraum eine Ernährungsberatung angeboten. Dabei betonte der Ernährungsberater die Bedeutung unbehandelter Lebensmittel aus regionaler Herkunft, was den Fokus auf gesunde und ökologisch nachhaltige Ernährung unterstützt.

Obwohl keine Kantinen angeboten werden, wird durch die regelmäßige Bereitstellung des frischen Obstkorbs eine alternative Verpflegungsmöglichkeit geschaffen, was einem ersten Schritt zur Förderung nachhaltiger Ernährung entspricht.

Es ist anzumerken, dass die Mitarbeitenden den Obstkorbservice rege nutzen. Dies zeigt das Interesse und die Akzeptanz für solche Initiativen seitens der Belegschaft.

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

Eine Kantine gibt es derzeit nicht. Die Mitarbeitenden haben jedoch Zugang zu einer Küche und können mitgebrachte Mahlzeiten dort auch erwärmen. Den oben genannten Obstkorb können allen Mitarbeitenden nutzen.

### **Verifizierungsindikator**

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Dies kann im Detail nicht beziffert werden, da keine Kantine angeboten wird und demnach der Anteil nicht auf eine Gesamtheit bezogen werden kann. Angebotene Lebensmittel, die den Mitarbeitenden bereitgestellt werden, stammen jedoch aus regional ökologischer Herkunft.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Fortsetzung der Information der Mitarbeitenden hinsichtlich der Ernährung und Bedeutung der Nutzung von regionalen und ökologischen Produkten.

**Selbsteinschätzung:1**

**Bewertung:**

## **C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz**

### **Berichtsfragen**

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

Mitarbeitende der ASEAG wählen für ihren Arbeitsweg eine Vielfalt an Verkehrsmitteln, wobei die Angebote der multimodalen Mobilität der ASEAG besonders genutzt werden. Trotz dieser umfangreichen Nutzungsoptionen stehen die Mitarbeitenden vor Herausforderungen bei frühem Dienstbeginn oder späten Diensten, wenn der ÖPNV nur eingeschränkt verfügbar ist und sie auf private Verkehrsmittel angewiesen sind.

Eine interne Befragung zu Beginn des Jahres 2023 hat gezeigt, dass zwei Drittel der Mitarbeitenden für den Weg zur Arbeit den eigenen PKW setzen. Etwa 25 Prozent nutzen den ÖPNV, fünf Prozent das Fahrrad. Diese Verkehrsmittelwahl variiert signifikant mit der Entfernung zum Arbeitsplatz. Bis zu einer Entfernung von fünf Kilometern wird ein ausgewogenes Verhältnis zwischen PKW und ÖPNV beobachtet, während für längere Strecken ab 15 Kilometern nahezu ausschließlich das Auto genutzt wird.

Die Ergebnisse dieser Befragung unterstreichen die Herausforderung, den Anteil umweltfreundlicher Verkehrsmittel insbesondere für größere Distanzen zu erhöhen.

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

Bis Ende 2023 konnten Mitarbeitenden mit ihrem Dienstaussweis kostenlos die Busse der ASEAG nutzen. Im Jahr 2024 führt die ASEAG das Jobticket ein. Mitarbeitende sind dann berechtigt, den ÖPNV im ganzen Aachener Verkehrsverbund (AVV) zu nutzen. Dies stellt einen wichtigen Schritt dar, um nachhaltigere Mobilitätsoptionen zu fördern. Dennoch zeigt die Abhängigkeit vom eigenen PKW bei längeren Arbeitswegen und zu bestimmten Zeiten die Notwendigkeit auf, weiterhin innovative Lösungen und Anreize zu entwickeln, um den Übergang zu umweltbewussteren Verkehrsmitteln zu unterstützen und den ökologischen Fußabdruck der Mitarbeitenden zu reduzieren.

Um die Fahrradnutzung zu unterstützen, bietet die ASEAG ein Fahrradleasing für Mitarbeitende an, die mindestens zwei Jahre im Unternehmen sind. Dies wird durch die Bereitstellung von diebstahlgesicherten Fahrradabstellanlagen am Verwaltungsgebäude ergänzt. Zusätzlich erleichtert die Stationen des eBike-Verleihsystems Velocity vor dem Verwaltungsgebäude den Mitarbeitenden, ihren Arbeitsweg flexibel und umweltfreundlich zu gestalten.

Die ASEAG fördert aktiv die Bildung von Fahrgemeinschaften durch eine Dienstbörse, die eine umweltfreundliche Alternative bietet, wenn der ÖPNV nicht zur Verfügung steht. Dies stärkt nicht nur die Gemeinschaft unter den Mitarbeitenden, sondern trägt auch dazu bei, die Anzahl der individuellen PKW-Fahrten zu reduzieren.

Um die Mobilitätsinfrastruktur weiter zu verbessern und auf spezifische Herausforderungen, wie etwa die Brückensperrung auf der für Aachen zentralen A544 zu reagieren, hat die ASEAG einen weiteren Betriebshof eingerichtet. Diese Maßnahme erleichtert den Mitarbeitenden den Dienstantritt und reduziert unnötige Staus. Die Organisation prüft zudem, dass Dienstbeginne außerhalb des zentralen Standorts durch öffentliche Verkehrslinien unterstützt werden, wobei die Anreisezeiten zu diesen alternativen Dienstbeginn teilweises als Arbeitszeit angerechnet werden.

Diese Initiativen unterstreichen das Engagement der ASEAG, nachhaltige Mobilitätslösungen zu unterstützen. Durch die Bereitstellung verschiedener Anreize und die Verbesserung der Mobilitätsinfrastruktur zielt das Unternehmen darauf ab, eine Kultur der Nachhaltigkeit zu fördern und das Bewusstsein der Mitarbeitenden für umweltfreundliche Mobilität zu stärken.

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

Die ASEAG stellt verschiedene Anreize für ein umweltbewussteres Mobilitätsverhalten bereit – und dies auch bei Dienstreisen. Durch die bereits erwähnten Angebote werden den Mitarbeitenden flexible und umweltfreundliche Alternativen zum privaten PKW geboten. Zusätzlich fördert die interne Dienstbörse die Bildung von Fahrgemeinschaften, was den ökologischen Fußabdruck weiter verringert.

Um den Mitarbeitenden den Zugang zur Arbeit zu erleichtern und auf infrastrukturelle Herausforderungen wie Brückensperrungen zu reagieren, hat die ASEAG einen neuen

Betriebshof eingerichtet. Dies ermöglicht nicht nur eine Reduzierung unnötiger Staus, sondern erleichtert auch die Mobilität bei Dienstbeginn in den frühen Morgenstunden oder bei Dienstende spät abends. Zeiten, in denen der öffentliche Verkehr oft reduziert ist.

Des Weiteren bietet die ASEAG Fahrzeuge aus dem firmeneigenen Mobilitätsangebot movA für Dienstfahrten an und hat eine Station des E-Bike-Verleihanbieters Velocity vor dem Verwaltungsgebäude eingerichtet. Diese Maßnahmen ermöglichen es den Mitarbeitenden, ihren Arbeitsweg flexibel und umweltfreundlich zu gestalten.

Die umfangreichen Anreize und Maßnahmen des Unternehmens unterstreichen das Engagement für eine nachhaltige Mobilität im beruflichen Alltag und tragen dazu bei, ein Bewusstsein für die Vorteile einer umweltbewussten Mobilität zu schaffen. Die Bemühungen des Unternehmens zeigen ein starkes Engagement für praktische Lösungen im Zusammenhang mit der Arbeitsmobilität und stärken das ökologische Bewusstsein innerhalb der Organisation.

Zusätzlich sind Richtlinien zur Gestaltung der Dienstreisen in der Reisekostenrichtlinie festgehalten. Diese Richtlinie verlangt vor der Genehmigung einer Dienstreise, dass der Vorgesetzte die Notwendigkeit prüft. Darüber hinaus ist es Aufgabe des Vorgesetzten, die Wahl des Reisemittels zu prüfen, wobei die wirtschaftlichste und ökologisch verträglichste Variante empfohlen wird.

### **Verifizierungsindikator**

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

Eine interne Befragung zu Beginn des Jahres 2023 hat gezeigt, dass zwei Drittel der Mitarbeitenden für den Weg zur Arbeit auf den eigenen PKW setzen. Etwa 25 Prozent nutzen den ÖPNV, fünf Prozent das Fahrrad. Diese Verkehrsmittelwahl variiert signifikant mit der Entfernung zum Arbeitsplatz. Bis zu einer Entfernung von fünf Kilometern wird ein ausgewogenes Verhältnis zwischen PKW und ÖPNV beobachtet, während für längere Strecken ab 15 Kilometern nahezu ausschließlich das Auto genutzt wird.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Erhebung zum Mobilitätsverhalten der Mitarbeitenden auf dem Arbeitsweg
- Errichtung eines Betriebshofes als Reaktion auf die Autobahnsperre und zur Verbesserung der Arbeitswege der Mitarbeiter

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- erneute Erhebung zum Mobilitätsverhalten der Mitarbeitenden auf dem Arbeitsweg

### **Selbsteinschätzung:5**

## C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

### Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Die Unternehmenskultur der ASEAG prägt das Prinzip der Nachhaltigkeit, wobei der ÖPNV als Kern des nachhaltigen Engagements betrachtet wird. Als Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen versteht sich die ASEAG selbst als ein nachhaltig agierendes Unternehmen, das sich aktiv einsetzt, den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Die Förderung von Umweltbewusstsein und nachhaltigem Handeln ist fest in der Unternehmensphilosophie verankert und spiegelt sich in allen Bereichen der Organisation wider.

Die tiefgehende Verankerung der Nachhaltigkeit bei der ASEAG zeigt sich anhand verschiedener Beispiele:

1. Investitionen in Umwelttechnologien: Die ASEAG investiert aktiv in umweltfreundliche Technologien für ihre Fahrzeugflotte, wie zum Beispiel Elektrobusse oder Fahrzeuge mit emissionsarmen Antrieben.
3. Kooperationen und Partnerschaften: Die ASEAG arbeitet eng mit Stadt und StädteRegion Aachen, lokalen Behörden, Umweltorganisationen und anderen relevanten Akteuren zusammen, um gemeinsam umweltfreundliche Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.
4. Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung: Das Unternehmen engagiert sich aktiv in der Öffentlichkeitsarbeit und Bildungsarbeit, um das Bewusstsein für Umweltfragen zu stärken und die Bedeutung nachhaltiger Mobilität zu vermitteln, beispielsweise durch Kampagnen zur Förderung des öffentlichen Nahverkehrs und zur Reduzierung des Individualverkehrs. Zudem bietet die ASEAG Betriebsführungen an, bei denen ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen einen zentralen Stellenwert einnehmen. Zudem wird dies in regelmäßigen Beiträgen auf den Social Media-Kanälen hervorgehoben.
5. Schulungen von Fahrpersonal zu energieeffizientem Fahren und Umgang mit neuen Technologien
6. Aktives erfragen von ökologischen Verbesserungspotenzialen in den Fahrerbesprechungen. Hier kamen bereits eigeninitiativ Verbesserungsvorschläge durch die Belegschaft.

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

Ökologische Themen sind ein wesentlicher Bestandteil der Weiterbildungsangebote bei der ASEAG, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf dem kraftstoffarmem und effizientem Fahren liegt. Die Schaffung der Stelle eines Nachhaltigkeitsmanagers unterstreicht das Engagement der ASEAG, ökologische Prinzipien aktiv in die betrieblichen Abläufe und Entscheidungsprozesse zu integrieren. Die Besetzung dieser Position im Berichtszeitraum markiert einen wichtigen Schritt zur systematischen Umsetzung nachhaltiger Gestaltungsmaßnahmen. Zudem werden Schulungen zur Sensibilisierung für ökologische Themen geplant, um das Bewusstsein und das umweltfreundliche Verhalten der Mitarbeitenden weiter zu fördern.

Ökologische Themen werden auch bei der Personalrekrutierung adressiert und sind in Stellenausschreibungen zu finden. Hier wird explizit auf die Umweltfreundlichkeit der Tätigkeit bei der ASEAG eingegangen. Die Beschreibung betont, dass die ASEAG die Mobilitätswende mit innovativen Konzepten und einer modernen Flotte aktiv gestaltet. Dies spricht Bewerber an, die sich für Umweltschutz und nachhaltige Mobilität interessieren und in einem Unternehmen arbeiten möchten, das sich diesem Thema verpflichtet fühlt.

In den Bewerbungsgesprächen wird betont, dass die Mobilitätswende, die auch auf ökologische Verbesserungen abzielt, ein Grund ist, warum sich Menschen bei der ASEAG bewerben.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass ökologische Themen eine wichtige Rolle bei der Personalrekrutierung bei der ASEAG spielen. Als Unternehmen, welches sich als Vorreiter in der Mobilitätswende sieht werden Menschen gesucht, die diese Vision teilen und aktiv mitgestalten möchten.

## Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Die ASEAG führt Sensibilisierungsmaßnahmen innerhalb ihres ökologischen Engagements durch. Geplante Schulungen sollen das Bewusstsein der Mitarbeitenden für umweltfreundliches Handeln schärfen, insbesondere im Bereich effizientes und ressourcenschonendes Fahren. Ein Nachhaltigkeitsteam arbeitet daran, weitere Themen und Maßnahmen zu entwickeln, um die Unternehmenskultur in Richtung Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln.

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

Die ASEAG verfolgt eine Strategie, um das ökologische Verhalten ihrer Mitarbeitenden zu fördern, die über bloße Absichtserklärungen hinausgeht. Ein zentraler Bestandteil dieser Strategie ist es, ein umfassendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen, das sowohl den beruflichen als auch den privaten Bereich umfasst. Dies geschieht durch spezifische Schulungsprogramme, die darauf abzielen, Mitarbeitende für umweltfreundliches Verhalten zu sensibilisieren. Ein Beispiel hierfür ist das Programm zum kraftstoffsparenden Fahren, das nicht nur beruflich, sondern auch im privaten Bereich Anwendung finden soll.

Des Weiteren setzt die ASEAG auf die Bildung eines Nachhaltigkeitsteams und die aktive Einbindung des Nachhaltigkeitsmanagers in die strategische Planung. Dadurch sollen die Mitarbeitenden nicht nur informiert, sondern auch aktiv motiviert werden, nachhaltige Verhaltensweisen zu übernehmen. Diese ganzheitliche Herangehensweise soll sicherstellen, dass ökologisches Verhalten fest in der Unternehmenskultur verankert ist und von allen Mitarbeitenden gelebt wird.

Allerdings muss erwähnt werden, dass die Stelle des Nachhaltigkeitsmanagers in der zweiten Jahreshälfte des Berichtszeitraumes geschaffen wurde und die Bündelung aller bis dato stattgefundenen Nachhaltigkeitsaktivitäten noch nicht vollends abgeschlossen ist.

### **Verifizierungsindikatoren**

#### **Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %**

Eine Erhebung des Bekanntheitsgrades fand bisher nicht statt und wird im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie umgesetzt werden.

#### **Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %**

Siehe oben

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Besetzung der Stelle des Nachhaltigkeitsmanagers und Gründung des Nachhaltigkeitsteams

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Etablierung des Nachhaltigkeitsmanagementteams
- Erhebung des Bekanntheitsgrades und der Akzeptanz des ökologischen Betriebsangebotes

#### **Selbsteinschätzung:1**

## C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

### Berichtsfragen

Welche der untenstehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Bei der ASEAG ist ein starkes Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit vorhanden. Es werden aktive Schritte unternommen, um umweltschädliches Verhalten zu minimieren und die Verschwendung von Ressourcen zu reduzieren. Es gibt einige Bereiche, in denen das Unternehmen bereits erfolgreich Maßnahmen umgesetzt hat:

- **Geschäftsfahrzeuge und Mobilitätsstrategie:** Die ASEAG setzt auf Elektrofahrzeuge für die Mehrheit ihrer betrieblichen Fahrten, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren. Ein Dieselfahrzeug bleibt für weite Strecken, die mit Elektrofahrzeugen derzeit nicht realisierbar sind, im Fuhrpark, wird jedoch nur selten genutzt. Eine strategische Überarbeitung für den Einsatz dieses Fahrzeugs ist geplant, um den ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren.
- **Geschäftsreisen:** Das Bewusstsein für die Nutzung der Bahn anstelle des Flugzeugs für Geschäftsreisen ist stark ausgeprägt und wird innerhalb des Unternehmens ausdrücklich betont, was darauf hinweist, dass keine Geschäftsregeln existieren, die ökologisch schlechter wertiges Verhalten anregen.
- **Konsumangebote und Verpackungsabfall:** Die ASEAG hat auf Anregung von Mitarbeitenden begonnen, Einweggetränkebecher durch Mehrwegalternativen zu ersetzen, was ein klares Zeichen für das Engagement des Unternehmens und seiner Mitarbeitenden für Nachhaltigkeit ist. Dies deutet darauf hin, dass das Unternehmen bemüht ist, Angebote mit hohem Verpackungsanteil zu reduzieren und nachhaltigere Alternativen bereitzustellen.
- **Abfallmanagement:** Obwohl spezifische Details zur Abfalltrennung nicht erwähnt wurden, zeigt die allgemeine Ausrichtung der ASEAG auf Nachhaltigkeit und die Einführung eines Nachhaltigkeitsteams, dass ein Bewusstsein für den sorgfältigen Umgang mit Abfällen besteht und Verbesserungen in diesem Bereich angestrebt werden.

Insgesamt ist erkennbar, dass die ASEAG aktiv daran arbeitet, Negativaspekte zu minimieren und ein umweltbewusstes Verhalten im gesamten Unternehmen zu fördern. Die fortlaufende Arbeit des Nachhaltigkeitsteams und die Einbindung der Mitarbeitenden in den Dialog über ökologische Maßnahmen sorgen dafür, positive Schritte zur weiteren Verbesserung der ökologischen Bilanz anzustreben.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0 (keine Negativpunkte)**

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

#### **Berichtsfragen**

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

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

Mitarbeitende haben Zugang zu relevanten Unternehmensdaten, die sie für ihre Arbeit benötigen. Zudem gibt es über die zentrale Intranet Seite Informationen zu aktuellen Organisatorischen Entwicklungen, relevante zentrale Dokumente sowie Berichte über Projekte. Die Mitarbeiter mit einem Computer Arbeitsplatz haben über ihren Arbeitsplatz direkten Zugang. Auch für jene Mitarbeiter, die keinen solchen Arbeitsplatz haben wurden diverse Kommunikationskanäle und Technologien angeschafft, welche zu einer umfassenden internen Kommunikation beitragen. Hierzu zählen die Mitarbeiter App „Quiply“ sowie ein zentral aufgestellter Computer, welcher als Infoportal für alle Mitarbeiter dient.

Über die Mitarbeiter App werden Mitarbeiter durch die Kommunikationsabteilung auf dem Laufenden gehalten und erfahren einen umfassenden Informationsaustausch.

Zudem gibt es vier Mal im Jahr eine Betriebsversammlung, welche es allen Mitarbeitenden ermöglicht aktuelle Informationen zur Lage und Entwicklung des Unternehmens zu erfahren. Die Teilnahme wird allen Mitarbeitenden durch das Angebot an zwei verschiedenen Zeiten teilzunehmen ermöglicht.

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

Bestimmte Finanzdaten und personenbezogene Informationen sind aus Datenschutzgründen und aufgrund der Notwendigkeit, schützenswertes Unternehmenswissen zu bewahren, nicht frei zugänglich. Diese Einschränkungen sind durch gesetzliche Bestimmungen und den Schutz der Privatsphäre begründet.

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

Den Mitarbeitenden werden finanzielle Daten bei Bedarf erläutert sowie innerhalb der Betriebsversammlung werden die Daten so dargestellt, dass diese die wesentlichen Punkte verständlich erläutern. Zudem können die Mitarbeitenden zu jeder Zeit Fragen stellen, die bei Bedarf erläutert werden..

### **Verifizierungsindikator**

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

Insgesamt fühlen sich die Mitarbeitenden, über die für ihren Bereich kritischen beziehungsweise über die zukünftigen Ziele der ASEAG sehr gut informiert. Demnach kann von nahezu einem Transparenzgrad von 100 Prozent ausgegangen werden. Gegenteilige Informationen liegen hierzu nicht vor.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:3**

**Bewertung:**

## **C4.2 Legitimierung der Führungskräfte**

### **Berichtsfragen**

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Führungskräfte werden aufgrund ihrer Qualifikation und Erfahrung ausgewählt. Potenzielle Kandidaten durchlaufen ein externes Assessment-Center. Die Entscheidung über Führungskräfte beziehungsweise erfolgt mit Beratung der Personalabteilung.

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

Teammitglieder können bei Entscheidungen, die ihr Team betreffen, direkt mitwirken, indem sie ihre Meinungen und Vorschläge über den Kontakt zur Führungskraft einbringen, die sensibilisiert ist, diese in die Entscheidungsfindung einzubeziehen.

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

Im Rahmen des Projekts „ASEAG + Du. Fit für 2027.“ wurde ein Feedbackverfahren für Führungskräfte implementiert, bei dem Mitarbeitende befragt wurden. Die Ergebnisse dieser Befragungen werden erwartet und sollen für Entwicklungsmaßnahmen im Jahr 2024 genutzt werden.

### **Verifizierungsindikator**

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

ca. 40 Prozent

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Vorbereitung des Führungsbarometers

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Abschluss des Führungsbarometers mit anschließender Maßnahmenbestimmung

### **Selbsteinschätzung:2**

## **C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden**

### **Berichtsfragen**

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Mitarbeitende haben die Möglichkeit, bei Entscheidungen, die ihr direktes Arbeitsumfeld betreffen, mitzuwirken. Sie werden ermutigt, sich einzubringen und ihre Ideen und Vorschläge über den direkten Kontakt zu ihrer Führungskraft zu kommunizieren.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Die Erfahrungen mit der Partizipation sind positiv, stärken das kollegiale Verhältnis und die Unternehmenskultur. Der direkte Austausch und die Berücksichtigung von Mitarbeiterfeedback in Entscheidungsprozessen werden als wertvoll erachtet.

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

Das Unternehmen fördert aktive Teilhabe und Mitwirkung durch Strukturen wie den Betriebsrat, der in wichtigen Gremien vertreten ist. Zudem gibt es quartalsweise Belegschaftsversammlungen. Diese Maßnahmen sollen die Mitverantwortung und das Engagement der Mitarbeitenden stärken.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).

Dieser Anteil kann durch die aktive Einbindung des Betriebsrates mit nahezu 100% beziffert werden.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

## **C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates**

### **Berichtsfragen**

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Es gibt einen Betriebsrat, der die Interessen der Mitarbeitenden vertritt und von einer dahinterstehenden Gewerkschaft unterstützt wird. Dieser ist in wichtigen Gremien vertreten und spielt eine aktive Rolle im Unternehmen.

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

Da ein Betriebsrat existiert, sind keine alternativen Maßnahmen notwendig. Das Unternehmen und der Betriebsrat arbeiten kollegial zusammen, um die Interessen der Mitarbeitenden zu vertreten und zu schützen.

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

Der Betriebsrat wird durch regelmäßige Kommunikation und die Einbindung in Entscheidungsprozesse unterstützt. Mitarbeitende werden durch die offene und kollegiale Unternehmenskultur ermutigt, aktiv am Betriebsrat und seinen Aktivitäten teilzunehmen. Zudem stehen dem Betriebsrat die für seine Arbeit notwendigen Räumlichkeiten, Freistellung von Mitarbeitenden und finanziellen Mitteln zur Verfügung.

### **Verifizierungsindikator**

Betriebsrat: Seit mehreren Jahren fester Bestandteil des Unternehmens

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0 (keine Negativpunkte)**

# D1 Ethische Kundenbeziehungen

## D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden

### Berichtsfragen

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

Die Strategie zur Gewinnung neuer Kunden und zur Betreuung von Stammkunden der ASEAG umfasst verschiedene Schlüsselaspekte, die speziell auf die Bedürfnisse und Merkmale des ÖPNV zugeschnitten sind:

1. Gewinnung neuer Kunden
  - Veranstaltungen und Messen: Die ASEAG nimmt an relevanten Veranstaltungen und Messen teil, um ihre Dienstleistungen vorzustellen. Dies sind vor allem lokale Veranstaltungen mit Bürgerbeteiligung.
  - Empfehlungsmarketing: Durch zufriedene Geschäftspartner werden neue Kunden durch persönliche Empfehlungen gewonnen. Positive Erfahrungen und Bewertungen tragen dazu bei, potenzielle Neukunden zu gewinnen und neue Fahrgäste für die Dienstleistungen der ASEAG zu begeistern.
  - Direktansprache der Bürger und Unternehmensbesuche: Die ASEAG setzt auf den persönlichen Kontakt zu potenziellen Großkunden, wie Schulen oder Unternehmen, um maßgeschneiderte Mobilitätsangebote anzubieten.
2. Betreuung von Stammkunden
  - Regelmäßige Kommunikation: Die ASEAG hält über Newsletter, soziale Medien und persönliche Kontakte regelmäßigen Kontakt zu seinen Stammkunden. Aktuelle Angebote, Fahrplanänderungen oder spezielle Events werden so kommuniziert.
  - Kundenservice und Feedback: Ein exzellenter Kundenservice, inklusive der Möglichkeit, Feedback zu geben und direkte Anfragen zu stellen, sorgt für eine hohe Kundenzufriedenheit und bindet Stammkunden langfristig an die ASEAG. Deshalb führt die ASEAG regelmäßig Kundenbefragungen direkt in den Bussen durch oder wertet Kundenfeedback über die digitalen Rückmeldeformulare auf der ASEAG-Website und der movA-App aus. Zudem werden täglich viele Stammkunden im direkten Gespräch im Kunden-Center betreut.

### 3. Nutzung digitaler Kanäle:

- Online-Präsenz und Buchungsplattformen: Eine starke Online-Präsenz, einschließlich einer benutzerfreundlichen Website und der Möglichkeit zur Online-Buchung, erleichtert potenziellen Neukunden den Zugang zu den Dienstleistungen der ASEAG.
- Soziale Medien: Aktive Präsenz in sozialen Netzwerken schafft Reichweite. Mit den Fahrgästen gelingt so die Interaktion, aktuelle Informationen werden schnell verbreitet.
- Informationsmaterial: Die Bereitstellung von Informationsmaterialien, wie Fahrpläne, Broschüren zu Tarifen oder Informationen zu bestimmten Zielen in Stadt und Städte-Region unterstützt sowohl die Neukundengewinnung als auch die Kundentreue.

Diese Strategie ermöglicht es der ASEAG, effektiv neue Kunden zu gewinnen und gleichzeitig eine enge Bindung zu den Stammkunden zu pflegen.

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

Das Geschäftsmodell der ASEAG ist nicht primär auf Gewinnmaximierung ausgerichtet, sondern vielmehr auf die Deckung der Betriebskosten und die Bereitstellung eines öffentlichen Dienstes im Sinne der Daseinsvorsorge. Demnach steht nicht die Maximierung des Umsatzes im Mittelpunkt, sondern die Bereitstellung eines zuverlässigen und effizienten Fahrplanangebotes, das den Bedürfnissen der Gemeinschaft dient. Der Erfolg des Unternehmens ist direkt an den Kundennutzen gebunden, da die angebotenen Dienstleistungen nur dann genutzt werden, wenn sie den Fahrgästen einen erkennbaren Mehrwert bieten. Daher ist das oberste Ziel, einen optimalen Nutzen für die Fahrgäste zu erzielen. Da die Anforderungen und Bedürfnisse der Fahrgäste sehr individuell sind, erfolgt eine intensive Auseinandersetzung mit diesen, um maßgeschneiderte Mobilitätslösungen anzubieten.

Die Preisgestaltung unterliegt politischen Entscheidungen - wie beispielsweise bei der Einführung des Deutschlandtickets - und ist somit nicht direkt vom Unternehmen steuerbar. Dies unterstreicht den öffentlichen Nutzen und die Bereitstellung eines zugänglichen und erschwinglichen Verkehrsmittels für alle Bevölkerungsschichten.

Die ASEAG führt zudem regelmäßige Befragungen und Analysen durch, um die Bedürfnisse und Wünsche der Fahrgäste besser verstehen und darauf eingehen zu können. Darüber hinaus sind die Beratungs- und Informationsdienstleistungen, die die ASEAG anbietet, für die Fahrgäste kostenlos, was den Zugang zu Mobilitätslösungen weiter vereinfacht und fördert.

Als integraler Bestandteil der Daseinsvorsorge legt die ASEAG großen Wert darauf, dass der Kundennutzen stets vor den Umsatzerlösen steht. Durch diese Ausrichtung trägt das Unternehmen maßgeblich zur Förderung der Mobilität, zur Verringerung von Verkehrsproblemen und zum Umweltschutz bei, indem eine attraktive Alternative zum individuellen Pkw-Verkehr geschaffen wird.

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

Ethische Aspekte spielen bei der Werbung der ASEAG, einem Busunternehmen mit öffentlichem Auftrag, eine wesentliche Rolle, auch wenn bisher keine expliziten Richtlinien für deren Berücksichtigung existieren. Unethisches Verhalten ist dennoch streng untersagt. Die ASEAG bietet ihre Dienstleistungen im Rahmen ihrer Verantwortung für die Daseinsvorsorge kostenfrei oder zu sozial verträglichen Preisen an und unterliegt der Aufsicht ihrer Gesellschafter. Die beworbenen Angebote sind stets bedarfsorientiert und zielen darauf ab, den öffentlichen Nahverkehr als verlässliche und nachhaltige Mobilitätslösung zu positionieren.

In ihrer Vorbildfunktion hebt die ASEAG besonders die Bedeutung von Nachhaltigkeit, die Förderung des öffentlichen Verkehrs, die Nutzung erneuerbarer Energien und die Unterstützung einer nachhaltigen Mobilität hervor. Durch die Präsentation von Best-Practice-Beispielen in den sozialen Medien vermittelt die ASEAG ein authentisches Bild ihrer Kompetenzen und ihres Engagements für eine umweltfreundliche und sozial verantwortliche Mobilität. Unternehmen oder Werbepartner mit ethisch fragwürdigen Praktiken werden von der ASEAG nicht unterstützt oder gefördert. Auch wenn es keine festgelegte Systematik für die Auswahl gibt, besteht im Unternehmen eine hohe Sensibilität für ethische Fragen, die in der täglichen Praxis gelebt wird.

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

Die ASEAG achtet konsequent auf die umfassenden Fahrgastrechte, die ihren Fahrgästen zustehen. Diese Rechte umfassen Regelungen zu Umtausch, Verspätungen und ähnlichen Vorkommnissen, um ihnen Sicherheit und Zuverlässigkeit im ÖPNV zu garantieren. Im Falle von Unstimmigkeiten oder wenn keine zufriedenstellende Lösung gefunden wird, ist die ASEAG zudem der Schlichtungsstelle Nahverkehr angeschlossen. Diese Anbindung zeigt die Verpflichtung der ASEAG, im Sinne der Fahrgäste zu handeln und eine faire und effektive Konfliktlösung anzubieten.

Die ASEAG verfügt über einen etablierten Beschwerdemanagementprozess, der in enger Abstimmung mit den Vorgaben von Stadt und StädteRegion entwickelt wurde. Dieser Prozess ist auf schnelle und effiziente Bearbeitungszeiten ausgerichtet, die von der ASEAG durch interne Vorgaben noch ambitionierter gestaltet werden. Dies unterstreicht das Engagement der ASEAG, den hohen Stellenwert von Kundenwünschen und -reklamationen gerecht zu werden und stets eine hohe Kundenzufriedenheit zu sichern. Im Zuge der Optimierung des Kundenservices wurde beispielsweise eine Verlagerung des Call Centers vorgenommen, bei der erheblicher Aufwand in die Anpassung der Qualitätskriterien an die hohen Standards der ASEAG geflossen ist.

Die ASEAG legt großen Wert auf einen direkten und lösungsorientierten Austausch mit ihren Fahrgästen. Durch regelmäßige Interaktionen, wie Besuche und Befragungen, erfasst die ASEAG gezielt Bedarfe und Wünsche der Fahrgäste, um das Dienstleistungsangebot proaktiv anzupassen und zu verbessern. Hierzu zählt vor allem auch der Fahrgastbeirat. Im Austausch mit regionalen Partnern wird das Angebot der ASEAG so konzipiert, dass es eine sinnvolle und ergänzende Rolle im regionalen Mobilitätsnetzwerk einnimmt, immer mit dem Ziel, den Fahrgästen einen optimalen Service zu bieten.

### Verifizierungsindikatoren

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

Da die ASEAG wie dargestellt ein Unternehmen der Daseinsvorsorge ist, werden Ausgaben für strategisches Marketing, Verkauf und Werbung nicht explizit festgelegt.

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Die Verkaufsmitarbeitenden werden ebenfalls entsprechend des Tarifvertrages entlohnt. Eine Verkaufsprovision findet keine Anwendung.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- weiterer Ausbau der Dynamischen Fahrgastinformation (DFI)
- Durchführung einer Kundenbefragung mit Ableitung von Maßnahmen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Analyse und Überarbeitung der Kundenfragebögen

**Selbsteinschätzung: 2**

## D1.2 Barrierefreiheit

### Berichtsfragen

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

Bezogen auf die Frage nach Hürden beim Kauf und der Nutzung der Produkte und Dienstleistungen der ASEAG lässt sich feststellen, dass die ASEAG umfassende Maßnahmen implementiert hat, um Barrierefreiheit zu gewährleisten und somit potenzielle Hürden zu minimieren. Diese Maßnahmen umfassen:

1. Fahrscheinautomaten: Die Fahrscheinautomaten sind so gestaltet, dass sie barrierefrei nutzbar sind. Dazu gehören niedrige Bedienfelder für Rollstuhlfahrer, die Sprachausgabe für sehbehinderte Menschen und leicht verständliche Menüführungen für alle Nutzer: innen. Die Automaten sind strategisch so platziert, dass sie leicht zugänglich sind.

2. Dynamische Fahrgastinformationssysteme (DFI): Die ASEAG hat einen großen Teil der Haltestellen mit digitalen Anzeigen ausgestattet, welche Informationen über die Abfahrtszeiten und Anschluss Verbindungen gegeben werden. Zudem ist es bereits an vielen Anzeigen möglich sich diese Informationen sprachlich ausgeben zu lassen. Dieser Standard wird an Haltestellen mit hohem Linienverkehr angewendet wird.

3. Kunden-Center: Das Kunden-Center der ASEAG ist mit ebenerdigen Zugängen und ausreichenden Bewegungsräumen für Personen mit Mobilitätseinschränkungen barrierefrei gestaltet. Geschultes Personal berät individuell und unterstützt beim Kauf von Fahrkarten. Dies gewährleistet, dass alle Fahrgäste Zugang zu Informationen und Dienstleistungen erhalten.

4. App: Die ASEAG bietet mit movA eine benutzerfreundliche App an, die den Kauf von Fahrkarten und die Planung von Reisen erleichtert. Die App ist so konzipiert, dass sie für Personen mit verschiedenen Behinderungen nutzbar ist - einschließlich großer Schrift für sehbehinderte Menschen und einer intuitiven Navigation für alle. Die App bietet zudem Echtzeit-Informationen zu Fahrplänen, Verspätungen und Störungen.

Diese Maßnahmen gewährleisten, dass Informationen und der Kauf von Fahrkarten für alle Fahrgäste ohne Hürden möglich sind. Durch die Implementierung von barrierefreien Lösungen stellt die ASEAG sicher, dass ihre Produkte und Dienstleistungen inklusiv sind und allen Fahrgästen zugutekommen.

Welche benachteiligten Kund\*innen-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt? Wie wird benachteiligten Kund\*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?

Die ASEAG berücksichtigt in ihrem Angebot aktiv benachteiligte Kundengruppen, um sicherzustellen, dass der ÖPNV für alle Gesellschaftsschichten zugänglich und nutzbar ist. Das Engagement für Barrierefreiheit und Inklusion spiegelt sich in der kontinuierlichen Verbesserung der Dienstleistungen und der Infrastruktur wider. Im Kontext der Barrierefreiheit wird stets angestrebt, den Zugang und die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs für folgende benachteiligte Kundengruppen zu erleichtern:

1. Personen mit Mobilitätseinschränkungen: Dazu gehören Menschen im Rollstuhl und Personen mit Gehbehinderungen. Die ASEAG investiert in barrierefreie Bushaltestellen, Niederflrbusse und spezielle Ausstattungen an Bord, um den Ein- und Ausstieg sowie die Fahrt für diese Personengruppe zu erleichtern.

2. Sehbehinderte und blinde Menschen: Für diese Kundengruppe werden taktile Leitsysteme an Haltestellen, akustische Signale in Bussen und an Haltestellen sowie Apps mit Sprachausgabe bereitgestellt.

3. Hörgeschädigte und taube Personen: Visuelle Anzeigen in Bussen und an Haltestellen, die über Haltestellen, Umsteigemöglichkeiten und Verzögerungen informieren.

4. Ältere Menschen: Diese Gruppe profitiert von Sitzen mit leichterem Zugang, längerer Haltezeit an Haltestellen, um das Ein- und Aussteigen zu erleichtern und speziellen Tarifen, um die Nutzung des ÖPNV finanziell attraktiver zu machen.

5. Menschen mit kognitiven Einschränkungen: Einfache und klare Informationen, visuelle Hilfen und Sensibilisierung des Personals, um Unterstützung anzubieten, sind Maßnahmen, die diesen Fahrgästen zugutekommen.

6. Eltern mit Kinderwagen und Schwangere: Die ASEAG stellt sicher, dass ausreichend Platz für Kinderwagen vorhanden ist und Prioritätssitze gekennzeichnet und reserviert werden. Durch diese gezielten Maßnahmen berücksichtigt die ASEAG benachteiligte Kundengruppen und arbeitet kontinuierlich daran, ihr Angebot inklusiver zu gestalten. Der Grundsatz, dass Barrierefreiheit immer mehr möglich ist, leitet die ASEAG bei der stetigen Weiterentwicklung ihrer Services und beim Abbau von Mobilitätshürden.

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

Die ASEAG setzt sich aktiv für faire Geschäftspraktiken ein, insbesondere im B2B-Bereich. So stellt sie sicher, dass kleinere und auch gemeinwohlangagierte Unternehmen Zugang zu mindestens gleichwertigen Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten. Dieser Ansatz spiegelt sich in verschiedenen Aspekten der Geschäftsführung und Servicegestaltung wider.

1. Genehmigungsprozess für Produktpreise: Ein wesentlicher Teil der Produktpreise der ASEAG unterliegt einem Genehmigungsprozess, der bei der Bezirksregierung endet. Dieser Prozess gewährleistet, dass die Preisgestaltung transparent, gerecht und nachvollziehbar ist. Diese regulierte Preisfindung stellt sicher, dass alle Geschäftskunden, unabhängig von ihrer Größe oder ihrem Engagement für das Gemeinwohl, faire und einheitliche Preise erhalten.

2. Individuelle Beratung und Serviceangebote: Die ASEAG bietet allen Geschäftskunden, unabhängig von ihrer Unternehmensgröße, individuelle Beratung und maßgeschneiderte Serviceangebote. Dies stellt sicher, dass kleinere Unternehmen und solche, die sich für das Gemeinwohl engagieren, Unterstützung und Lösungen erhalten, die ihren spezifischen Bedürfnissen entsprechen.

3. Transparenz und Kommunikation: Durch offene Kommunikation und Transparenz in Bezug auf Preise, Konditionen und Services stellt die ASEAG sicher, dass alle Geschäftskunden gleichbehandelt werden. Informationen zu Tarifen, Vertragsbedingungen und Serviceleistungen sind für alle Kunden leicht zugänglich und verständlich.

Durch diese Maßnahmen sichert die ASEAG, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen nicht benachteiligt werden und Zugang zu fairen, gleichwertigen Konditionen und Services haben. Dieser Ansatz stärkt nicht nur die Beziehungen zu Geschäftskunden, sondern fördert auch eine inklusive und nachhaltige Geschäftspraxis im ÖPNV-Sektor.

## Verifizierungsindikator

**Umsatzanteil des Produktportfolios, das von benachteiligten Kunden-Gruppen gekauft wird.**

Anzahl von gekauften Karten mit Seniorenbonus oder Ermäßigung betrug im Jahr 2023 von 19.288 Tickets.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

## D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen

### Berichtsfragen

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

Die ASEAG führt keine Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen durch, die als kritisch oder unethisch angesehen werden könnten. Vielmehr legt das Unternehmen großen Wert darauf, dass alle Werbeaktivitäten einen rein informativen und neutralen Charakter haben. Diese Herangehensweise gewährleistet, dass die Werbung transparent, sachlich und frei von irreführenden oder manipulativen Inhalten ist.

Des Weiteren nimmt die ASEAG den Schutz personenbezogener Daten ihrer Kunden sehr ernst. Dies wird durch umfassende Schulungen der Mitarbeitenden und die Abgabe von Selbstverpflichtungserklärungen zur Einhaltung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) unterstrichen. Auch bei der Zusammenarbeit mit Dienstleistern wird streng auf die Einhaltung der DSGVO geachtet, um die Sicherheit und Privatsphäre der Kundendaten zu jeder Zeit zu garantieren.

Ethische Alternativen zu kritischen Werbe- und Verkaufsmaßnahmen könnten beispielsweise die folgenden Ansätze sein:

- Zielgruppengerechte Aufklärung: Statt aggressiver Verkaufsförderung setzt die ASEAG auf aufklärende Inhalte, die den Kundeneinen Mehrwert bieten und ihnen helfen, informierte Entscheidungen zu treffen.
- Dialogbasierte Kommunikation: Anstelle von einseitigen Werbebotschaften fördert die ASEAG den offenen Dialog mit ihren Kunden, um Feedback zu sammeln und ihre Dienstleistungen entsprechend anzupassen.
- Nachhaltigkeitsorientierte Werbung: Die ASEAG kann ihre Bemühungen um Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in den Vordergrund ihrer Werbekampagnen stellen, um das Bewusstsein für diese wichtigen Themen zu schärfen.
- Transparenz in der Preisgestaltung: Klare und verständliche Informationen über Preise und Tarifoptionen helfen, Vertrauen aufzubauen und Verwirrung oder Missverständnisse zu vermeiden. Durch die Einhaltung dieser ethischen Richtlinien stellt die ASEAG sicher, dass ihre

Werbe- und Verkaufsaktivitäten im Einklang mit den höchsten ethischen Standards stehen und das Vertrauen der Kunden in das Unternehmen stärken

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

Die ASEAG veröffentlicht auch auf Social Media Beiträge, die eine Kombination aus informativen Inhalten und emotionaler Ansprache bieten. Diese Beiträge zielen darauf ab, nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern auch eine emotionale Verbindung zum ÖPNV und zur Marke ASEAG herzustellen. Diese Strategie nutzt die Kraft der Emotionen, um die Botschaften der ASEAG lebendig und ansprechend zu gestalten, ohne dabei die ethischen Grenzen zu überschreiten.

Die Verwendung von Emotionen in der Kommunikation ist eine bewährte Methode, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, die Erinnerung an die Botschaft zu stärken und eine tiefere Bindung zwischen den Fahrgästen und dem ÖPNV zu fördern. Durch die gezielte Verbindung von Information und Emotion in den Social Media-Beiträgen strebt die ASEAG danach, das Image des ÖPNV und der eigenen Marke positiv zu beeinflussen.

Diese Werbemaßnahmen tragen dazu bei, das Bewusstsein und die Wertschätzung für den ÖPNV zu steigern, indem sie die vielfältigen Vorteile und die Bedeutung des ÖPNV für eine nachhaltige Mobilität und Lebensqualität in den Städten hervorheben. Die ASEAG verfolgt mit diesen Maßnahmen das Ziel, ein positives und zeitgemäßes Bild des ÖPNV zu vermitteln und die Fahrgäste zu ermutigen, ihre Mobilitätsentscheidungen im Sinne einer nachhaltigen und gemeinschaftlich orientierten Zukunft zu treffen.

### **Verifizierungsindikator**

**Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.**

100 Prozent ethisch

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung:2**

# D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

## D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

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

Die ASEAG kooperiert mit einer Reihe von Unternehmen, um die Mobilität zu sichern und ein umfassendes, effizientes und nachhaltiges Verkehrsangebot zu gewährleisten. Diese Kooperationen sind ein zentraler Bestandteil der Strategie, um ein hochwertiges Mobilitäts-erlebnis für alle Fahrgäste zu schaffen und gleichzeitig die Effizienz und Nachhaltigkeit des öffentlichen Nahverkehrs zu fördern. Die Ziele und Partner dieser Kooperationen umfassen verschiedene Bereiche:

1. Fremdleistungen für den Linienbetrieb: Um ein lückenloses Verkehrsangebot sicherzustellen, kauft die ASEAG Fremdleistungen von anderen Verkehrsunternehmen zu. Diese Vergabe ermöglicht es, ein breites Netzwerk von Linien zu bedienen und die Mobilitätsbedürfnisse der Fahrgäste in der gesamten Region zu erfüllen.
2. Wartung und Instandsetzung durch regionale Unternehmen: Für die Wartung und Instandsetzung von Gebäuden und Infrastruktur setzt die ASEAG auf die Zusammenarbeit mit regionalen Handwerks- und Bauunternehmen. Diese lokalen Partnerschaften tragen zur Wirtschaftsförderung bei und gewährleisten, dass die Einrichtungen der ASEAG stets in einem optimalen Zustand sind.
3. Verbindung im AVV-Gebiet: Die ASEAG arbeitet eng mit anderen Unternehmen im Aachener Verkehrsverbund (AVV) zusammen, um eine nahtlose Mobilität innerhalb der Region zu gewährleisten. Diese Kooperationen zielen darauf ab, die verschiedenen Verkehrsträger optimal miteinander zu verknüpfen und den Fahrgästen einen komfortablen und effizienten Übergang zwischen den verschiedenen Angeboten zu ermöglichen.
4. Mobilitätsapp als Verbindung zu Unternehmen deutschlandweit und regional: Die ASEAG ist Teil einer Mobilitätsapp, die Unternehmen und Angebote im gesamten Bundesgebiet sowie lokal vernetzt. Diese digitale Plattform ermöglicht es Fahrgästen, ihre Reisen über verschiedene Verkehrsträger hinweg zu planen und zu buchen, was die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs und verwandter Mobilitätsdienstleistungen vereinfacht und fördert. Durch diese vielfältigen Kooperationen verfolgt die ASEAG das Ziel, die Mobilität für alle Nutzer zu verbessern, die regionale Wirtschaft zu unterstützen und Nachhaltigkeitsziele im Verkehrssektor zu erreichen. Die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen ist somit ein wesentlicher Bestandteil der Strategie der ASEAG, um ein umfassendes, gut zugängliches und nachhaltiges Mobilitätsangebot zu schaffen.

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

Die ASEAG ist offen für Kooperationen mit Unternehmen und Organisationen, um das ÖPNV-Angebot zu erweitern, die Servicequalität zu verbessern und die Nachhaltigkeit zu fördern. Zukünftig könnten Kooperationen in folgenden Bereichen angestrebt werden:

1. Technologie- und Innovationsunternehmen: Zusammenarbeit mit Start-ups und etablierten Technologieunternehmen, um innovative Lösungen für den ÖPNV zu entwickeln. Dies könnte digitale Ticketing-Systeme, Apps zur Verbesserung der Fahrgasterfahrung oder fortschrittliche Verkehrsmanagement-Systeme umfassen.
2. Elektromobilitätsanbieter: Kooperationen mit Herstellern von Elektrobussen und Anbietern von Ladeinfrastruktur, um den Übergang zu einer emissionsfreien Busflotte zu beschleunigen. Diese Partnerschaften zielen darauf ab, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren und die Luftqualität in urbanen Räumen zu verbessern.
3. Forschungseinrichtungen und Universitäten: Kooperationen mit akademischen Einrichtungen für gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte im Bereich nachhaltige Mobilität. Solche Partnerschaften können dazu beitragen, die Grundlagenforschung zu Mobilitätsfragen zu vertiefen und innovative Lösungen zu entwickeln.
4. Andere Verkehrsunternehmen und Mobilitätsanbieter: Kooperationen mit anderen Verkehrs- und Mobilitätsanbietern, um integrierte Mobilitätslösungen anzubieten, die den ÖPNV mit anderen Verkehrsmitteln wie Fahrradverleih, Carsharing oder Ride-Sharing-Diensten verbinden.
5. Regionale Unternehmen und Gemeinden: Partnerschaften mit regionalen Unternehmen und Gemeinden, um spezielle Angebote für die Gemeinschaft zu schaffen und die regionale Wirtschaft zu unterstützen.

Diese Kooperationen können der ASEAG helfen, innovative Lösungen einzuführen, die Effizienz und Attraktivität des ÖPNV zu steigern und einen Beitrag zu einer nachhaltigeren und vernetzten Gesellschaft zu leisten. Die Offenheit für neue Partnerschaften und die Bereitschaft, in verschiedenen Bereichen zusammenzuarbeiten, unterstreichen das Engagement der ASEAG, den Herausforderungen in der Mobilitätsbranche proaktiv zu begegnen und die Bedürfnisse der Fahrgäste bestmöglich zu erfüllen.

## In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Die ASEAG teilt Wissen und Informationen mit Partnerunternehmen in verschiedenen Bereichen, um eine effiziente und kooperative Arbeitsweise im ÖPNV zu fördern. Zwei konkrete Bereiche, in denen Informationen geteilt werden, sind die Fahrplandaten und die Einnahmenaufteilung:

1. Fahrplandaten: Die ASEAG teilt Fahrplandaten mit anderen Verkehrsunternehmen und Mobilitätsanbietern, um eine nahtlose Verbindung zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln und -diensten sicherzustellen. Diese Kooperation ermöglicht, dass Fahrgäste einfach und effizient ihre Reisen planen können, indem sie Zugang zu umfassenden und aktuellen Informationen über Abfahrtszeiten, Routen und Umsteigemöglichkeiten haben. Das Teilen von Fahrplandaten ist besonders wichtig in Regionen, die von mehreren Verkehrsunternehmen bedient werden, um ein integriertes Mobilitätsangebot zu gewährleisten, das den gesamten öffentlichen Verkehr umfasst.

2. Einnahmenaufteilung: In Kooperationen, bei denen die Verkehrsleistungen von verschiedenen Unternehmen erbracht werden, ist die Aufteilung der Einnahmen aus Ticketverkäufen ein wesentlicher Aspekt. Die ASEAG und ihre Partnerunternehmen vereinbaren Mechanismen zur Einnahmenaufteilung, die auf der Nutzungshäufigkeit, den beförderten Fahrgastzahlen oder anderen vereinbarten Kriterien basieren. Diese transparenten und fairen Aufteilungsmodelle stellen sicher, dass jedes beteiligte Unternehmen entsprechend seinem Beitrag zum Gesamtangebot entlohnt wird. Diese Praxis fördert die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen und unterstützt ein koordiniertes Angebot von Verkehrsdienstleistungen, das auf die Bedürfnisse der Fahrgäste zugeschnitten ist. Durch das Teilen von Wissen und Informationen in diesen Bereichen arbeitet die ASEAG aktiv mit anderen Unternehmen zusammen, um ÖPNV effizienter und nutzerfreundlicher zu gestalten. Diese Kooperationen tragen dazu bei, die Qualität und Zuverlässigkeit der Verkehrsdienstleistungen zu verbessern und eine integrierte Mobilität zu fördern, die eine nachhaltige Alternative zum Individualverkehr bietet.

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

Die ASEAG ist aktiv daran beteiligt, die Standards in der öffentlichen Verkehrsbranche zu erhöhen und setzt dabei auf eine Reihe innovativer Maßnahmen und Technologien. Diese Maßnahmen spiegeln das Engagement der ASEAG wider, durch den Einsatz moderner Technologien und die stetige Verbesserung der Servicequalität die Standards in der öffentlichen Verkehrsbranche zu erhöhen. Ziel ist es, den ÖPNV nicht nur effizienter und bequemer zu machen, sondern auch nachhaltiger zu gestalten und so einen Beitrag zum Umweltschutz und zur Verbesserung der Lebensqualität in städtischen Räumen zu leisten. Folgende Maßnahmen sind bereits umgesetzt beziehungsweise in Planung:

1. movA-App: Die Einführung der movA-App ist eine Schlüsselmaßnahme zur Verbesserung der Nutzererfahrung im ÖPNV. Die App bietet umfassende Mobilitätslösungen, indem sie nicht nur Fahrplandaten und Echtzeit-Informationen bereitstellt, sondern auch die Buchung und den Kauf von Tickets ermöglicht. Durch die Integration verschiedener Verkehrsmittel in einer einzigen Anwendung erleichtert die App den Fahrgästen die Planung ihrer Reisen und fördert die Nutzung des ÖPNV.

2. Dynamische Fahrgastinformationen (DFI): Die Implementierung von Systemen für dynamische Fahrgastinformationen an Haltestellen und in Fahrzeugen ist eine weitere wichtige Maßnahme. Diese Systeme liefern Echtzeit-Informationen über Abfahrtszeiten, Verspätungen und Verbindungen, was die Transparenz für die Fahrgäste erhöht, und ihnen hilft, ihre Reisen effizienter zu planen.

3. Beeinflussung von Lichtsignalanlagen: Die ASEAG arbeitet an der Optimierung der Beeinflussung von Lichtsignalanlagen, um die Reisezeiten zu verkürzen und pünktlicher zu werden. Durch die Priorisierung von Bussen an Kreuzungen können Verzögerungen reduziert und der Verkehrsfluss optimiert werden, was letztendlich zu einer zuverlässigeren und schnelleren Beförderung führt.

4. Weitere technologische Innovationen: Neben den genannten Maßnahmen plant die ASEAG die Einführung weiterer Technologien und Innovationen, um die Effizienz und Attraktivität des ÖPNV zu erhöhen. Dazu könnten beispielsweise fortschrittliche Verkehrsmanagement-Systeme, verbesserte Zahlungssysteme für ein einfacheres Ticketing und die Nutzung von Big Data zur Optimierung von Routen und Fahrplänen gehören.

## Verifizierungsindikatoren

- Der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens, ist bisher nicht erfasst und somit nicht bezifferbar.
- Der Prozentsatz von Zeit/Umsatz, der durch Kooperationen mit Unternehmen aufgewendet oder erzielt wird, die
  - die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional),
  - der gleichen Branche angehören, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen,
  - der gleichen Branche in der gleichen Region angehören, mit anderer Zielgruppe,

ist ebenfalls bisher nicht erfasst und nicht bezifferbar.

- In Bezug auf das Engagement in folgenden Bereichen:
  - Die ASEAG ist Mitglied im Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) und erarbeitet dort Branchenstandards hinsichtlich Nachhaltigkeit im ÖPNV. Sie beteiligt sich im Mobilitätsausschuss und im Fahrgastbeirat der Stadt., was auf ein Engagement in Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards hinweist (1/3).
  - Es gibt bisher keine Aktivitäten hinsichtlich eines aktiven Beitrags zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) (0/3).
  - Die Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards erfolgt, wie erwähnt, im VDV und in politischen Gremien (1/3).

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

## D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

### Berichtsfrage

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

Die ASEAG zeigt Solidarität und bietet uneigennützige Hilfe in verschiedenen Bereichen, insbesondere in folgenden Situationen:

1. Leistungsanpassung bei Stadtfesten und Veranstaltungen: Die ASEAG passt ihre Dienstleistungen flexibel an, um den erhöhten Mobilitätsbedarf während regionaler, kultureller und sportlicher Veranstaltungen zu decken. Dies umfasst die Erhöhung der Fahrtfrequenzen und die Bereitstellung zusätzlicher Kapazitäten, um den Menschen eine bequeme An- und Abreise zu ermöglichen.
2. Unterstützung bei Katastrophen: Im Falle von Naturkatastrophen oder anderen außergewöhnlichen Notlagen engagiert sich die ASEAG aktiv und unterstützt betroffene Gemeinden und hilft uneigennützig. Dies kann die Bereitstellung kostenloser Transportdienste für Rettungskräfte und betroffene Bürger, die Anpassung von Routen zur Umgehung beschädigter Infrastruktur oder die Koordination mit Behörden und anderen Organisationen zur effektiven Hilfeleistung umfassen.

Mit diesen Maßnahmen demonstriert die ASEAG nicht nur ihre soziale Verantwortung, sondern stärkt auch die Gemeinschaft und fördert den Zusammenhalt zwischen der ASEAG, anderen Unternehmen und der Bevölkerung in herausfordernden Zeiten.

Die ASEAG hat bisher keine spezifischen Arbeitskräfte, Mitarbeiterstunden oder Finanzmittel direkt an Unternehmen anderer oder der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig Mitunternehmen zu unterstützen. Dies reflektiert jedoch nicht ein Fehlen von Unterstützungsbereitschaft oder Solidarität innerhalb der Branche oder darüber hinaus. Vielmehr konzentriert sich die ASEAG darauf die eigenen Kapazitäten und Ressourcen zu stärken, um eine hochwertige und zuverlässige Dienstleistung für die Gemeinschaft und ihre Fahrgäste sicherzustellen.

Die ASEAG bleibt offen und engagiert für zukünftige Kooperationen und Unterstützungsmöglichkeiten - sowohl innerhalb der eigenen Branche als auch in anderen Sektoren. Diese Offenheit für Zusammenarbeit ermöglicht es der ASEAG, flexibel auf die Bedürfnisse der Gemeinschaft zu reagieren und bei Bedarf Unterstützung anzubieten.

Zusätzlich zu direkten Unterstützungsmaßnahmen engagiert sich die ASEAG aktiv in Branchenverbänden und Netzwerken, um den Austausch von Best Practices, Wissen und Erfahrungen zu fördern. Dies trägt indirekt zur Stärkung der gesamten Branche bei und unterstützt das Ziel, die Qualität und Nachhaltigkeit des ÖPNV zu verbessern.

Die ASEAG betrachtet ihre Rolle in der Gemeinschaft und der Branche als integralen Bestandteil ihres Beitrags zu einer nachhaltigen und zugänglichen Mobilität. Durch kontinuierliche Verbesserungen, Engagement in der Gemeinschaft und der Bereitschaft zur Zusammenarbeit bleibt die ASEAG ein wertvoller Partner und Unterstützer für Mitunternehmen und die breitere Gesellschaft.

## **Verifizierungsindikatoren**

**Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter\*innenstunden wurden an Unternehmen ...**

**anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?**

**0**

**der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?**

**0**

**Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...**

**anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?**

**0**

**der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?**

**0**

**(%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)**

**Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen ...**

**anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?**

**0**

**der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?**

**0**

**(Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)**

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

## D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

### Berichtsfragen

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

Die ASEAG ist darauf ausgerichtet, positive Beziehungen zu anderen Unternehmen zu pflegen und einen Beitrag zum allgemeinen Wohl und zur Förderung nachhaltiger Mobilität zu leisten. Es ist ein wesentliches Ziel der ASEAG, Störungen, Blockaden oder Schäden in Bezug auf andere Unternehmen zu vermeiden. Sie konzentriert sich auf Kooperation, faire Wettbewerbspraktiken und den Ausbau von Partnerschaften, um die Mobilitätsbranche insgesamt zu stärken.

Die Geschäftspraktiken der ASEAG sind von Transparenz, ethischen Grundsätzen und dem Streben nach einer Verbesserung der Mobilitätsangebote geprägt. Durch die Förderung des ÖPNV und die Unterstützung umweltfreundlicher Mobilitätslösungen leistet die ASEAG einen wichtigen Beitrag, um Verkehrsemissionen zu reduzieren und die Lebensqualität in städtischen Gebieten zu verbessern.

Die ASEAG achtet darauf, ihre Aktivitäten so zu gestalten, dass sie die Geschäftstätigkeit anderer Unternehmen nicht negativ beeinflussen. Eine offene Kommunikation und der Dialog mit Stakeholdern helfen mögliche Konflikte proaktiv zu adressieren und Lösungen zu finden, die im besten Interesse aller Beteiligten sind.

Insgesamt ist die ASEAG bestrebt, durch ihre Dienstleistungen und Kooperationen einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft und die Wirtschaft zu haben, statt andere Unternehmen zu stören, zu blockieren oder zu schädigen.

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

Für die ASEAG steht nicht die Eroberung von Marktanteilen oder das Ziel der Marktführerschaft im herkömmlichen Sinne im Vordergrund. Vielmehr konzentriert sie sich darauf, den ÖPNV zu stärken und als attraktive, nachhaltige Alternative zum motorisierten Individualverkehr (MIV) zu etablieren. Die Hauptmotivation liegt darin, einen Beitrag zur Verbesserung der Mobilität für alle Bürgerinnen und Bürger zu leisten, die Umweltbelastung zu reduzieren und die Lebensqualität in urbanen sowie ländlichen Räumen zu erhöhen.

Die Rolle der ASEAG in diesem Kontext ist es, das Angebot zu verbessern, das Netzwerk auszubauen, innovative Technologien und Services einzuführen sowie durch die Förderung von Kooperationen innerhalb der Mobilitätsbranche, den ÖPNV als Kernbestandteil eines integrierten Mobilitätskonzepts zu festigen. Statt direkter Konkurrenz zu anderen ÖPNV-Anbietern zu suchen, strebt die ASEAG danach, Synergien zu schaffen und durch Partnerschaften das Gesamtangebot im ÖPNV zu verbessern.

Der Fokus liegt darauf, den Fahrgästen eine zuverlässige, bequeme und effiziente Alternative zum Auto zu bieten, die Nutzungshürden abzubauen und das Bewusstsein für die Vorteile des ÖPNV zu stärken. Dabei spielt die Zusammenarbeit mit Kommunen, Verkehrsverbänden und anderen Stakeholdern eine entscheidende Rolle, um den ÖPNV nahtlos in ein

umfassendes Mobilitätssystem zu integrieren, das den Bedürfnissen einer modernen Gesellschaft gerecht wird.

Durch diese strategische Ausrichtung trägt die ASEAG dazu bei, den ÖPNV als leistungsfähigen, attraktiven und nachhaltigen Bestandteil der Mobilität der Zukunft zu positionieren und somit indirekt den Marktanteil des ÖPNV im Vergleich zum MIV zu stärken, ohne das klassische Ziel der Marktführerschaft zu verfolgen.

### **Verifizierungsindikatoren**

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

Nein

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

Nein, dies ist nicht der Fall.

**Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?**

**Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund\*innen oder Produzent\*innen in der Unternehmensstrategie verankert?**

Beides trifft auf die ASEAG nicht zu.

**Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die anderen Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?**

Nein, dies ist nicht der Fall.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung:2**

# D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

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

Die ASEAG ist sich der ökologischen Auswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen, sowohl in Bezug auf die Nutzung als auch auf die Entsorgung bewusst. Dieses Bewusstsein wird durch die Einführung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LKSG) und der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) weiter geschärft. Bisher hat die ASEAG insbesondere die direkten Energieströme und Umweltauswirkungen ihrer Aktivitäten erfasst, um ein klares Bild der ökologischen Fußabdrücke zu erhalten.

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

Die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen der ASEAG, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen, zeigen, dass der öffentliche Nahverkehr im Allgemeinen eine umweltfreundlichere Option als der motorisierte Individualverkehr darstellt. Studien belegen, dass Busse und Bahnen, insbesondere wenn sie mit Energie aus erneuerbaren Quellen betrieben werden, erheblich dazu beitragen können, Treibhausgasemissionen und Luftschadstoffe zu reduzieren.

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

Um die ökologischen Auswirkungen weiter zu reduzieren, verfolgt die ASEAG Strategien und Maßnahmen wie die Umstellung der Busflotte auf Elektrofahrzeuge und die Prüfung der Nutzung von Wasserstoff als alternative Energiequelle. Diese Maßnahmen zielen darauf ab, den Ausstoß von CO<sub>2</sub> und anderen Schadstoffen signifikant zu verringern und die Umweltverträglichkeit des ÖPNV zu verbessern.

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

Die Reduzierung ökologischer Auswirkungen ist fest im Geschäftsmodell der ASEAG verankert. Die Umstellung auf eine emissionsarme oder -freie Busflotte stellt nicht nur eine Antwort auf die steigenden ökologischen Anforderungen dar, sondern auch eine Investition in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Durch den Einsatz moderner Technologien und die fortlaufende Optimierung der Betriebsabläufe integriert die ASEAG Nachhaltigkeit in alle Aspekte ihrer Dienstleistungen. Dies schließt auch die Berücksichtigung der Lebenszykluskosten ein - von der Beschaffung über den Betrieb bis hin zur Entsorgung oder Wiederverwertung der Fahrzeuge, um eine ganzheitliche Reduzierung der ökologischen Auswirkungen zu gewährleisten.

Insgesamt ist die ASEAG bestrebt, durch nachhaltige Mobilitätslösungen einen positiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten und gleichzeitig den Bedürfnissen ihrer Fahrgäste gerecht zu werden.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

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

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

Die ASEAG verankert Suffizienz und eine maßvolle Nutzung zentral in ihrem Geschäftsmodell, indem sie nachhaltige Mobilitätslösungen fördert, die den Bedarf an individuellem Fahrzeugbesitz reduzieren. Der Fokus liegt darauf, mit öffentlichen Verkehrsmitteln eine Alternative zum motorisierten Individualverkehr zu bieten, die sowohl umweltfreundlich als auch sozial gerecht ist.

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

Die ASEAG setzt sich aktiv mit dem Konzept der Suffizienz auseinander, indem sie Strategien entwickelt, die eine maßvolle Nutzung ihrer Dienstleistungen fördern. Dazu gehört die Optimierung von Fahrplänen, um Überkapazitäten zu vermeiden und die Einführung von flexiblen Tarifsystemen, die eine bedarfsgerechte Nutzung unterstützen.

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

Zu den Strategien und Maßnahmen der ASEAG gehören:

- Einführung von Anreizsystemen: Tarifmodelle, die eine häufige Nutzung des ÖPNV belohnen und gleichzeitig das Bewusstsein für eine umweltfreundliche Mobilität schärfen.
- Information und Aufklärung: Kampagnen, die über die Vorteile des ÖPNV informieren und zur Reduzierung des individuellen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks beitragen.
- Verbesserung der Servicequalität: Investitionen in Komfort und Pünktlichkeit, um die Attraktivität des ÖPNV als Hauptverkehrsmittel zu erhöhen.

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

Produkte und Dienstleistungen, die auf eine maßvolle Nutzung abzielen, umfassen unter anderem:

- Flexible Tickets und Abonnements: Angebote, die verschiedene Nutzungsintensitäten berücksichtigen und zur optimalen Nutzung ohne Überkonsum anregen.
- Mobilitätsapps: Technologische Lösungen, die multimodale Reisen erleichtern und die effizienteste Verbindung unter Einbeziehung verschiedener Verkehrsmittel vorschlagen.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kunden auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Die Kommunikation der ASEAG mit Kunden und Konsumenten fokussiert stark auf die Förderung von maßvoller Nutzung und nachhaltiger Mobilität. Durch Informationskampagnen, soziale Medien und direkten Kundenservice betont die ASEAG die Bedeutung einer umweltbewussten Verkehrsmittelwahl und ermutigt zu einem bewussten Umgang mit Mobilitätsressourcen. Diese Bemühungen dienen dazu, das kollektive Bewusstsein zu schärfen und den individuellen sowie gesellschaftlichen Nutzen einer suffizienten Mobilitätsnutzung hervorzuheben.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

### **D3.3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen**

Berichtsfragen

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

Bei der ASEAG gibt es keine Praktiken, die eine übermäßige Nutzung durch Preisgestaltung, Anreizsysteme oder geplante Obsoleszenz fördern oder bewusst in Kauf nehmen. Die Geschäftspolitik der ASEAG ist darauf ausgerichtet, nachhaltige Mobilitätslösungen anzubieten und die Nutzung des ÖPNV als eine umweltfreundliche und gesellschaftlich verantwortungsvolle Option zu fördern.

Die Preisgestaltung der ASEAG ist transparent und fair, orientiert sich an den Bedürfnissen der Fahrgäste und berücksichtigt soziale und ökologische Aspekte. Anreizsysteme, die von der ASEAG implementiert werden, zielen darauf ab, die Nutzung des ÖPNV attraktiver zu machen, indem sie auf Nachhaltigkeit und die Reduzierung von Verkehrsemissionen ausgerichtet sind, nicht aber auf die Maximierung der Nutzung um jeden Preis.

Geplante Obsoleszenz, also die bewusste Herbeiführung eines vorzeitigen Verschleißes von Produkten oder Dienstleistungen, widerspricht den Grundwerten und Zielen der ASEAG. Stattdessen setzt sie auf Langlebigkeit, Zuverlässigkeit und eine hohe Servicequalität, um den Fahrgästen ein dauerhaftes und zufriedenstellendes Mobilitätserlebnis zu bieten.

Insgesamt ist die Strategie der ASEAG darauf ausgerichtet, eine nachhaltige Nutzung des ÖPNV zu unterstützen und gleichzeitig das Bewusstsein für umweltfreundliche Verkehrsmittel zu stärken. Die ASEAG verpflichtet sich, ihre Fahrgäste durch verantwortungsvolle Geschäftspraktiken zu unterstützen und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt zu leisten.

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

In Bezug auf die ASEAG und den ÖPNV im Allgemeinen, ist die Frage nach Produkten und Dienstleistungen, deren Nutzung die globalen Belastungsgrenzen überschreiten könnte, nicht direkt anwendbar, da der ÖPNV in erster Linie darauf abzielt, eine nachhaltige Mobilitätsform zu fördern. Im Gegenteil: der ÖPNV ist ein wesentlicher Bestandteil der Bemühungen, die globalen Belastungsgrenzen zu respektieren und den ökologischen Fußabdruck von Verkehr und Mobilität zu reduzieren.

Öffentliche Verkehrsmittel wie Busse und Bahnen bieten im Vergleich zu individuellen Verkehrsmitteln wie dem privaten PKW eine effizientere Nutzung der Ressourcen und Energie. Sie tragen dazu bei, Verkehrsstaus zu verringern, den Energieverbrauch zu senken und die Emission von Treibhausgasen und Luftschadstoffen zu reduzieren. Die Nutzung des ÖPNV durch eine steigende Anzahl von Menschen kann somit, als eine Maßnahme betrachtet werden, die hilft, die globalen Belastungsgrenzen einzuhalten, indem sie einen Beitrag zur Reduzierung der Umweltbelastung leistet.

Um die positive Rolle des ÖPNV weiter zu stärken und die globalen Belastungsgrenzen zu respektieren, konzentrieren sich Verkehrsunternehmen wie die ASEAG darauf, ihre Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern. Dazu gehören Investitionen in saubere und energieeffiziente Technologien, die Erweiterung des Angebots, um eine noch größere Nutzung zu ermöglichen und die Förderung von Mobilitätskonzepten, die den Umstieg vom privaten auf den öffentlichen Verkehr erleichtern.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die ASEAG und der ÖPNV im Allgemeinen darauf abzielen, durch die Bereitstellung und Förderung nachhaltiger Mobilitätslösungen einen Beitrag zur Einhaltung der globalen Belastungsgrenzen zu leisten, statt diese zu überschreiten.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung:2**

## **D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz**

### **D4.1 Kunden-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung**

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

Kunden der ASEAG werden vielfältige Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte eingeräumt, unter anderem durch die Einrichtung eines Fahrgastbeirats, die Durchführung von Kundenbefragungen und die Teilnahme in verschiedenen Gremien und dem Mobilitätsausschuss. Diese Plattformen ermöglichen es, Diskussionen mit der Politik und den Verantwortlichen zu führen und die Stimme der Fahrgäste direkt in die Planung und Verbesserung der Dienstleistungen einfließen zu lassen. Über diese Beteiligungsmöglichkeiten wird aktiv kommuniziert, um eine breite Teilnahme und Transparenz zu gewährleisten.

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

Ja, Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung werden gemeinsam mit den Kund\*innen, darunter die Stadt und die Städteregion sowie deren Bewohner, entwickelt. Dies umfasst die konkrete Mitentwicklung bei der nachhaltigen Gestaltung der Stadt und Verkehrswege sowie die Förderung des ÖPNV. Diese kooperative Vorgehensweise ermöglicht es, die Mobilitätsangebote optimal an die Bedürfnisse und Nachhaltigkeitsziele der Gemeinschaft anzupassen.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Die Marktforschung wird mit dem Ziel eingesetzt, die Kundenbedarfe präzise zu analysieren und die gewonnenen Erkenntnisse direkt in die Verbesserung des Angebots einfließen zu lassen. Durch dieses Vorgehen strebt die ASEAG danach, ihr Serviceangebot kontinuierlich an die sich wandelnden Bedürfnisse der Fahrgäste anzupassen und die Qualität sowie Nachhaltigkeit des öffentlichen Nahverkehrs zu steigern.

## **Verifizierungsindikatoren**

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

Eine exakte Bezifferung ist nicht möglich, aber es kann davon ausgegangen werden, dass nahezu 100% der Innovationen unter kontinuierlicher Rückmeldung und Beteiligung der Kundinnen entstanden sind. Diese enge Zusammenarbeit gewährleistet, dass die Angebote der ASEAG den tatsächlichen Bedürfnissen der Nutzerinnen entsprechen.

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

Ähnlich wie bei der vorherigen Frage ist auch hier eine exakte Quantifizierung schwierig. Jedoch spiegelt die kontinuierliche Einbindung der Kundinnen in den Innovationsprozess wider, dass sozial-ökologische Verbesserungen ein zentrales Element der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung der ASEAG darstellen. Die aktive Partizipation der Kundinnen unterstützt die ASEAG dabei, nachhaltige und bedarfsgerechte Lösungen zu entwickeln.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

## D4.2 Produkttransparenz

### Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Die Produktinformationen der ASEAG sind vollkommen transparent. Die ASEAG legt großen Wert darauf, dass Fahrgäste und Interessierte jederzeit umfassenden Zugang zu Informationen über ihre Dienstleistungen haben.

### Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Die ASEAG weist ökologisch relevante Informationen, einschließlich des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks, teilweise in ihrer App aus. Dieser Bereich befindet sich im Ausbau, um die Transparenz bezüglich ökologischer Auswirkungen weiter zu erhöhen und Fahrgästen detaillierte Einblicke in die Nachhaltigkeit der Dienstleistungen zu bieten.

### Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Die ASEAG gewährleistet vollständige Transparenz hinsichtlich der Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette. Fahrgäste können alle Angebote einsehen und sich über die Zusammensetzung der Preise informieren, was ein hohes Maß an Offenheit und Vertrauenswürdigkeit sicherstellt.

### Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Die ASEAG ist sich der Bedeutung bewusst, sozioökologische Belastungen zu minimieren und arbeitet kontinuierlich daran, ihre Dienstleistungen nachhaltiger zu gestalten. Der genaue Umfang der Externalisierung wird dabei kritisch betrachtet, um mögliche negative Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft zu identifizieren und zu reduzieren.

## Verifizierungsindikatoren

### **Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).**

Derzeit ist der Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen nicht quantifizierbar. Die ASEAG ist jedoch bestrebt, ihre Transparenz in diesem Bereich zu verbessern, um den Fahrgästen detaillierte Informationen über die ökologischen Aspekte ihrer Dienstleistungen zu bieten.

### **Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).**

Auch der Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen ist derzeit nicht quantifizierbar. Die ASEAG setzt sich jedoch für eine offene Kommunikation über Preisstrukturen ein, um ein hohes Maß an Transparenz und Vertrauen bei ihren Fahrgästen zu gewährleisten.

## **Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen**

Das Ausmaß der externalisierten Kosten, also jener Kosten, die durch die Produkte und Dienstleistungen der ASEAG entstehen und nicht direkt in den Preisen enthalten sind, wird von der ASEAG sorgfältig betrachtet. Die ASEAG ist bestrebt, durch nachhaltige Betriebsführung und fortlaufende Verbesserungen ihrer Dienstleistungen die sozioökologischen Auswirkungen zu minimieren. Dies umfasst Maßnahmen zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, Lärmbelästigung und anderen umwelt- und gesellschaftsrelevanten Belastungen, die traditionell als externalisierte Kosten angesehen werden können.

Die ASEAG arbeitet aktiv daran, diese Externalitäten zu internalisieren, indem sie in umweltfreundlichere Technologien investiert, wie die Elektrifizierung der Busflotte und die Optimierung der Routenplanung, um den Kraftstoffverbrauch zu senken. Zudem fördert die ASEAG durch ihre Dienstleistungen aktiv eine Verlagerung vom individuellen Autoverkehr zum öffentlichen Verkehr, was zur Verringerung der gesamtgesellschaftlichen Umweltbelastungen beiträgt.

Obwohl das genaue Ausmaß der externalisierten Kosten schwierig zu quantifizieren ist, unterstreicht das Engagement der ASEAG für Nachhaltigkeit und Umweltschutz ihre Bemühungen, diese Kosten zu reduzieren und transparent zu machen. Durch kontinuierliche Verbesserungen und die Förderung von nachhaltiger Mobilität trägt die ASEAG dazu bei, die langfristigen ökologischen und sozialen Kosten für die Gesellschaft zu senken.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

## **D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen**

### **Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund\*innen oder die Umwelt?**

Die ASEAG ist sich der Umweltauswirkungen, die durch den Betrieb ihrer Fahrzeugflotte entstehen können, bewusst und unternimmt daher Maßnahmen zur Reduzierung von Schadstoffemissionen. Dies beinhaltet die Umstellung auf umweltfreundlichere Alternativen wie Elektro- oder Wasserstoffbusse, die deutlich geringere Schadstoffemissionen haben.

### **Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?**

Bei der zweckgemäßen Nutzung der Transportdienstleistungen der ASEAG, also der Nutzung der Busse für den öffentlichen Personenverkehr, sind die direkten schädlichen Nebenwirkungen für die Kund\*innen nicht existent. Das Unternehmen setzt auf hohe Sicherheitsstandards und umweltfreundliche Technologien, um Risiken zu minimieren. Darüber hinaus trägt die Förderung des öffentlichen Nahverkehrs zur Reduzierung des individuellen Autoverkehrs bei, was insgesamt positive Auswirkungen auf die Umwelt und die öffentliche Gesundheit hat.

### **Verifizierungsindikator**

#### **Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes).**

Da die Hauptdienstleistung der ASEAG in der Beförderung von Personen besteht und nicht in der Produktion oder dem Verkauf physischer Produkte, ist dieser Indikator nicht direkt anwendbar. Die ASEAG bemüht sich jedoch um maximale Transparenz in Bezug auf die Umweltauswirkungen und Sicherheitsmaßnahmen ihrer Dienstleistungen. Sie kommuniziert offen über die Maßnahmen zur Reduzierung von Emissionen und zur Verbesserung der Umweltverträglichkeit ihrer Flotte. In diesem Sinne strebt die ASEAG danach, keine relevanten Gefahrenstoffe oder Gebrauchsrisiken, die nicht öffentlich deklariert werden, in ihrem Betrieb zu haben.

#### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

#### **Verbesserungspotenziale / Ziele:**

**Selbsteinschätzung:2**

# E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

## E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

### Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Das Produkt der ASEAG – die Personenbeförderung per Bus in Stadt und StädteRegion Aachen oder auch die Mitentwicklung der barrierefreien Informationssicherheit zu Möglichkeiten der Mobilität - trägt direkt zur Deckung der Grundbedürfnisse der Menschen in Stadt und StädteRegion Aachen bei.

Als scheinbar offensichtliches der neun Grundbedürfnisse nach M. Max-Neef und M. Rosenberg ist die **Teilnahme** zu nennen. Der öffentliche Verkehr mit der ASEAG ist zugänglich und erschwinglich. Er bietet allen Bürgern gleiche Chancen und garantiert den Zugang zu wichtigen Dienstleistungen wie Schulen, Krankenhäusern und Arbeit. Und das zu 1/16 der Kosten, die ein eigenes Auto verursacht. So ermöglicht die ASEAG allen Nutzern des ÖPNV in Stadt und StädteRegion Aachen die Teilnahme am öffentlichen Leben.

In direktem Zusammenhang steht dazu das Grundbedürfnis nach **Freiheit und Autonomie**. Die ASEAG ist barrierefrei und bietet Menschen bis ins hohe Alter die Freiheit und Autonomie, ihren Alltag unabhängig zu gestalten. Hierzu zählen Menschen, die keine anderen Fortbewegungsmittel, wie einen PKW nutzen können oder wollen und auch jene, die situationsabhängig aus vielen Mobilitätsangeboten auswählen und diese miteinander kombinieren möchten.

Daran schließt auch das Grundbedürfnis der **Lebenserhaltung/Gesundheit** an. Die meisten Fahrgäste der ASEAG sind zu Fuß unterwegs oder nutzen die multimodalen Angebote der ASEAG und kombinieren ihre Fortbewegung mit dem Fahrrad oder E-Scooter. Die ASEAG fördert damit einen gesunden und aktiven Lebensstil. Aktives Reisen wirkt sich positiv auf Diabetes, geistige Gesundheit, Demenz und Fettleibigkeit aus und senkt das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen und verschiedenen Krebsarten. Zudem ermöglicht die ASEAG ihren Kunden die Möglichkeit, die vielen **Erholungsangebote** zu nutzen, die Stadt und StädteRegion Aachen zu bieten haben. Durch das dicht besiedelte Liniennetz sind nicht nur die Stadt direkt und ohne große Fußwege zu erreichen, sondern auch Naherholungsgebiete mit Sportangeboten oder als Rückzugsmöglichkeit aus dem trubeligen Stadtleben.

In Bezug auf das Grundbedürfnis der **Identität** ist neben der Teilnahme am öffentlichen Leben auch der Aspekt des Zusammenführens unterschiedlicher Menschen zu nennen. Der

öffentliche Verkehr ist ein Ort, an dem sich Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund treffen und interagieren. Indem er Menschen miteinander verbindet, stärkt der Sektor das soziale Gefüge in Stadt und StädteRegion Aachen. In Zeiten zunehmender Ungleichheit und sozialer Spaltung ist dies wichtiger denn je.

Das Grundbedürfnis nach **Sicherheit** bezieht sich im ÖPNV vor allem auf die Aspekte Unfallprävention und sicheres Reisen. Öffentliche Verkehrsmittel sind die sicherste Art zu reisen. Weltweit verursachen Straßenverkehrsunfälle jedes Jahr fast 1,3 Millionen Todesfälle. Darüber hinaus werden 50 Millionen Menschen verletzt. Sie sind die häufigste Todesursache bei Kindern und Jugendlichen. Öffentliche Verkehrsmittel spielen eine wichtige Rolle in jedem Plan zur Verwirklichung der "Vision Zero".

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Die Dienstleistungen der ASEAG können nicht als Luxusprodukte betrachtet werden. Sie dienen - wie bereits dargestellt - der Grundsicherung. Die Produkte sind mit klassischen Luxusprodukten wie Autos, Schmuck oder sonstigen Gegenständen, die über die Grundbedürfnisse hinausgehen, nicht zu vergleichen.

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

siehe oben

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Die ASEAG bietet vielen Menschen in der Region bereits einen sicheren Arbeitsplatz und stellt jedes Jahr Ausbildungsplätze in unterschiedlichen Bereichen zur Verfügung, sodass sie als wertvoller Arbeitgeber angesehen werden kann.

In Stadt und StädteRegion Aachen ist zudem immer mehr das Thema Klimawandel in den Vordergrund gerückt. Aachen ist eine der „100 Climate-Neutral and Smart Cities by 2030“, eine EU- Mission mit dem Ziel, die Auswirkungen des Klimawandels einzudämmen und herausfordernde, aber lohnende Schritte in Richtung Klimaneutralität zu unternehmen. Die ASEAG beteiligt sich mit eigenen Maßnahmen wie etwa der Elektrifizierung der Busflotte an dieser Mission und trägt damit direkt dazu bei, ökologische Auswirkungen einzudämmen.

Ein weiteres Problem ist in diesem Zusammenhang die Mobilität zum Arbeitsplatz. Hier bietet die ASEAG Unternehmen die Möglichkeit, mit Konzepten zur Mitarbeitermobilität und der Errichtung von Mobilstationen Alternativen zur Anreise mit dem Auto zu bieten.

Ein erfolgreiches Projekt in Zusammenarbeit mit der Uniklinik RWTH Aachen wurde im Berichtszeitraum umgesetzt. Um nachhaltige Mobilität zu unterstützen, bietet die Uniklinik

ihren Beschäftigten seit dem 1. Juli 2023 ein flexibles Angebot, dessen Kern ein Mobilitätsbudget ist. Die Idee dahinter: Mitarbeitende erhalten einen festgelegten Betrag in Höhe von 15 Euro für alternative Mobilitätsformen – sowohl für den Arbeitsweg als auch für die Freizeit. Die Uniklinik hat sich für die Umsetzung die ASEAG an die Seite geholt. Über die Mobilitäts-App movA der ASEAG bietet die Uniklinik das Mobilitätsbudget ihren Mitarbeitenden an. Egal ob Fahrrad, Auto, E-Scooter, Taxi, Bus oder Deutschlandticket – alles kann über die movA-App genutzt werden.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- erfüllte Bedürfnisse:
  - Grundbedürfnisse (100%)
  - Statussymbole bzw. Luxus (0 %)
- dient der Entwicklung ...
  - der Menschen (100 %)
  - der Erde/Biosphäre (100 %)
- löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen (90 %)
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
  - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (100%)
  - Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (0%)
  - Negativ-Nutzen (0%)

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 6**

## **E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen**

### **Berichtsfragen**

**In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?**

Die Produkte und Dienstleistungen der ASEAG helfen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken, indem sie Menschen zusammenbringen und vielfältige Mobilitätsmöglichkeiten bieten. Die ASEAG gehört zum Stadtbild von Aachen und wird in der gesamten StädteRegion wahrgenommen. Das Mobilitätsangebot verbindet Menschen nicht nur auf ihren täglichen Wegen, sondern auch in Vereinen, am Arbeitsplatz und bei verschiedenen Initiativen.

Darüber hinaus sind die Busse der ASEAG nicht nur ein Transportmittel, sondern auch ein Werbeträger, der ökologische und flexible Reisemöglichkeiten für alle sichtbar macht. Die

Werbeflächen bieten Platz für ökologische Botschaften, die das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Gemeinschaft stärken.

Zusätzlich organisiert die ASEAG regelmäßig Führungen durch ihren Betriebshof, bei denen Menschen jeden Alters die Möglichkeit haben, die Mobilitätswende und den ökologischen Nutzen der Angebote kennenzulernen. Diese Aktivitäten tragen dazu bei, die Gemeinschaft zu informieren, zu sensibilisieren und zu stärken.

**Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?**

Die ASEAG bietet in erster Linie ihren Fahrgästen einen Nutzen. Daneben engagiert sie sich in unterschiedlichsten Vereinigungen und Ausschüssen. Durch die Mitgliedschaft im Branchenverband VDV und die Mitarbeit in Nachhaltigkeitsausschüssen und Arbeitsgruppen teilt die ASEAG direkt mit anderen Verkehrsunternehmen das Wissen, was zu einer ökologischen Mobilitätswende beiträgt. Im Berichtszeitraum wurde somit bereits an wichtigen Themenfeldern gearbeitet und an der Erstellung von Thesenpapieren mitgewirkt.

Zudem ist die ASEAG Mitglied im Mobilitätsausschuss der Stadt Aachen und arbeitet aktiv an der Mobilitätswende in Stadt und StädteRegion Aachen mit. Die Arbeit in diesen wichtigen Gremien hilft der ASEAG, unmittelbar an der Entwicklung und Gestaltung der Region teilzunehmen. Im engen Austausch werden Verbesserungsmaßnahmen aufgenommen und gemeinsam Lösungen erarbeitet, die direkt den Bürger:innen zugutekommen.

NEMORA – Netzwerk Mobilitätswende Region Aachen. Alle Kommunen und Städte der Stadt und StädteRegion Aachen haben sich zu diesem Netzwerk zusammengefunden, um die Mobilitätswende in der StädteRegion zu gestalten. Dabei hat die ASEAG die Leitung der Arbeitsgruppe „Starke Achsen“ übernommen. Ziel ist es, regionale ÖPNV-Hauptachsen zu stärken, um die Reisezeit im ÖPNV zu verkürzen und somit weitere Anreize gegenüber der privaten Nutzung des PKW zu schaffen. Ziel ist es, 30 Prozent mehr Fahrgäste bis 2030 zu gewinnen.

Diverse weitere Formate wie Jobbörsen, Veranstaltungen zur Digitalisierung von Stadt und Region werden ebenfalls regelmäßig als Möglichkeit genutzt, mit Entscheider und Bürger in Kontakt zu kommen und die Vorteile des ÖPNV darzustellen.

Im Berichtszeitraum wurden zudem die Stellen der Regionalmanager geschaffen, um noch konkreter die Angebote der ASEAG in die Kommunen und Unternehmen zu tragen. Erste erfolgreiche Kooperationen und umgesetzte Projekte sprechen für den Erfolg dieses Schrittes.

**Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?**

Die Maßnahmen der ASEAG haben konkrete Auswirkungen, die über bloßes Wissen hinausgehen und individuelle Verhaltensänderungen sowie Lebensstiländerungen bewirken können. Die genannten Aktivitäten erreichen nicht nur verschiedene Menschen und

Interessengruppen, sondern gewinnen diese auch, um die Angebote zu nutzen. Zudem entstehen auch im Austausch neue Konzepte, wie beispielsweise die Kooperation mit der Uniklinik Aachen zeigt.

Ein weiteres Beispiel hierfür ist die Einführung eines Mobilitätskonzeptes, das in der Einführungsphase bereits 1.500 Mitarbeitende dazu bewegte, sich in der entsprechenden App zu registrieren. Diese hohe Beteiligung verdeutlicht die Wirksamkeit der Maßnahmen. Die Nachfrage nach einer Umgestaltung des täglichen Weges zur Arbeitsstelle wird direkt bedient. Die Vorteile des ÖPNV, die bereits dargestellt wurden, kommen damit zum Tragen. Durch diese Veränderungen im individuellen Verhalten und den damit verbundenen Lebensstiländerungen wird nicht nur die Umweltbelastung reduziert, sondern auch das Bewusstsein für nachhaltige Mobilität gestärkt und die Lebensqualität der Mitarbeitenden verbessert.

## **Verifizierungsindikatoren**

### **Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr**

Im Jahr 2023 wurden durch die Regionalmanager der ASEAG rund fünf Veranstaltungen je Monat unterschiedlichster Art besucht. Hinzukommen diverse Online-Veranstaltungen. Die genaue Auswertung der Besuche und Effekte wurde bislang nicht erfasst. Hinzu kommen Treffen der Arbeitsgruppe „Starken Achse“ und die jährlich stattfindende regionale Mobilitätskonferenz.

### **Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser, Besucher**

Besucher dieser Veranstaltungen waren zum einen sachkundige als auch interessierte Bürger, Politiker und Institutionen wie Schulen und Unternehmen. Die genaue Zahl der erreichten Menschen wurde bislang zahlenmäßig nicht erfasst.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Schaffung der Stelle eines weiteren Regionalmanagers zur besseren Betreuung der Kunden und Kommunen.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Genauere Erfassung der Auswirkungen von Öffentlichkeitsarbeit und Akquise für das Angebot der ASEAG.

### **Selbsteinschätzung: 6**

## E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

### Berichtsfragen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Die Produkte und Dienstleistungen der ASEAG haben keine direkten oder indirekten Auswirkungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen.

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Die Produkte und Dienstleistungen der ASEAG haben keine negativen Auswirkungen auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten.

### Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

0

Kunden, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

0

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 6**

# E2 Beitrag zum Gemeinwesen

## E2.1 Steuern und Sozialabgaben

### Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Die ASEAG leistet einen direkten materiellen Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens durch die regelmäßige Entrichtung verschiedener Steuern und Abgaben, wie beispielsweise Ertragsteuern, Umsatzsteuern, Gewerbesteuern sowie Lohnsummenabhängige Abgaben und Sozialversicherungsbeiträge für ihre Beschäftigten. Diese finanziellen Beiträge kommen dem Gemeinwesen zugute, indem sie unter anderem zur Finanzierung öffentlicher Infrastruktur, sozialer Sicherungssysteme und anderer staatlicher Aufgaben beitragen.

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Die ASEAG erhält direkte materielle Unterstützungen vom Gemeinwesen in Form von unternehmensbezogenen Subventionen und Förderungen. Ein Beispiel hierfür sind Förderungen, die es dem Unternehmen ermöglichen, Projekte wie den Kauf von Elektrobussen umzusetzen. Diese Fördergelder tragen dazu bei, die Investitionskosten für umweltfreundliche Technologien zu decken und die Umstellung auf nachhaltige Mobilitätslösungen zu erleichtern.

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Das Unternehmen leistet einen indirekten materiellen Beitrag durch die Schaffung von Arbeitsplätzen, was wiederum zur Generierung von Einkommen und zur Zahlung von Steuern und Abgaben führt. Durch die Beschäftigung von Mitarbeitenden zahlt das Unternehmen Lohnsteuern und Sozialversicherungsbeiträge, die einen bedeutenden Beitrag zur Finanzierung des Gemeinwesens leisten. Diese indirekten finanziellen Beiträge tragen dazu bei, öffentliche Dienstleistungen und Sozialleistungen zu finanzieren, die wiederum der gesamten Gesellschaft zugutekommen.

## Verifizierungsindikatoren

### Erlöse: Summe aller Umsätze plus sonstige (betriebsfremde) Erträge

Erlöse 2023 in T€:

Umsatzerlöse:	71.577.121
Andere aktivierte Eigenleistungen:	8.262
Sonstige betriebliche Erträge:	17.794.410

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 6**

**Auditbewertung:**

## E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

### Berichtsfragen

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Die ASEAG hat derzeit keine spezifischen finanziellen Ressourcen oder Budgets für freiwilliges gesellschaftliches Engagement festgelegt, ist jedoch offen und bereit, Initiativen zu unterstützen, soweit es möglich ist. Als Daseinsvorsorgeunternehmen, das keinen Gewinn anstrebt, konzentriert die ASEAH sich darauf, hochwertige Dienstleistungen zu bieten und zur Gemeinschaft beizutragen. Ein bedeutendes Beispiel für Engagement ist die sogenannte Cent-Spende, eine Initiative, bei der Mitarbeitende aufgefordert werden, die Cent-Beträge ihrer Gehaltsabrechnung zu spenden. Diese Beträge werden von der Geschäftsführung verdoppelt und unterstützen Mitarbeitende und ihre Familien, wenn diese von schweren Schicksalsschlägen betroffen sind.

Zusätzlich hat die ASEAG sich bei der Hochwasserkatastrophe in Eschweiler engagiert, indem sie Busse bereitstellte, um Schulkinder sicher in Ersatzschulen zu bringen. Diese Aktion umfasste nicht nur die finanziellen Kosten für Betrieb und Wartung der Busse, sondern auch

erheblichen organisatorischen Aufwand. Der gesellschaftliche Nutzen solcher Maßnahmen ist erheblich, da sie direkte Hilfe leisten und das Gemeinschaftsgefühl stärken, während das Unternehmen von einer verbesserten öffentlichen Wahrnehmung profitiert.

Viele Mitarbeitende engagieren sich auch eigeninitiativ in Spendenaktionen oder gemeinnützigen Projekten, wobei solche Eigeninitiativen durch eine unterstützende Unternehmenskultur gefördert werden. Obwohl keine genauen Angaben über den Umfang der aufgewendeten Gelder, Ressourcen und Arbeitsleistung vorliegen, da diese Aktivitäten eigenorganisiert sind, ist der Eigennutzen solcher Maßnahmen offensichtlich. Er liegt in der Stärkung des Gemeinschaftsgefühls und der positiven Auswirkung auf das Unternehmensimage. Insgesamt ist die ASEAG überzeugt, dass die Förderung von sozialem Engagement und Gemeinschaftssinn langfristig sowohl für die Gesellschaft als auch für das Unternehmen von großem Nutzen ist.

### Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Die ASEAG hat derzeit keine spezifischen finanziellen Ressourcen oder Budgets für freiwilliges gesellschaftliches Engagement festgelegt. Dennoch ist sie offen und bereit, solche Initiativen zu unterstützen und zu fördern, soweit es dies möglich ist. Als Unternehmen, das als Daseinsvorsorge dient und keinen Gewinn anstrebt, liegt der Hauptfokus darauf, hochwertige Dienstleistungen für Fahrgäste bereitzustellen und zur Gemeinschaft beizutragen.

Die ASEAG unterstützt Mitarbeitende weiterhin in ihrem ehrenamtlichen Engagement und ist bereit, auch selbst aktiv zu werden.

Leistungen im Falle von Notlagen werden weiter aktiv unterstützt.

### **Verifizierungsindikator**

**Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit).**

Nicht bezifferbar

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 6**

## E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

### Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

nein

- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

nein

- Gibt es Geschäftspartner\*innen in sogenannten Steueroasen?

nein

- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

nein

- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner\*innen offen deklariert?

ja

- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

nicht anwendbar

- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

keine Maßnahmen notwendig

### Verifizierungsindikatoren

Ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partnern oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil?

nichtzutreffend

In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner\*innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

Länderspezifisches Reporting:

- Umsatz
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung
- Veranlagungsvolumen
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme
- Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.)
- Fördersumme
- Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner\*innen

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 0**

**Auditbewertung:**

## E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

### Berichtsfragen

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferanten und Kunden? Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

Die ASEAG agiert als Gesellschaft im E.V.A.-Konzern in einer Umgebung, in der Korruption effektiv verhindert wird. Durch die Implementierung klarer Anti-Korruptionsrichtlinien und den Aufbau transparenter Prozesse gelingt es, eine Arbeitsumgebung zu etablieren, in der bisher keinerlei Korruptionsfälle zu verzeichnen sind. Dieser Erfolg spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass das Hinweisgebersystem keine Meldungen bezüglich Korruption eingegangen sind.

Die strengen Auswahlkriterien und öffentlichen Ausschreibungsverfahren bei der Zusammenarbeit mit Lieferanten unterstützen diese Korruptionsfreiheit zusätzlich. Transparente und gerechte Prozesse machen unangemessene Vorteile oder Absprachen

nahezu unmöglich. Dies trägt dazu bei, dass die Integrität des Beschaffungsprozesses unangetastet bleibt und das Vertrauen in die Geschäftspraktiken stärkt.

Auch im Umgang mit Kunden stellen die klaren Vertragsbedingungen und die transparente Kommunikation sicher, dass kein Raum für korrupte Einflüsse besteht. Die strikte Einhaltung dieser Verträge und das Engagement für offene Geschäftspraktiken schützen sowohl das Unternehmen als auch die Kunden vor jeglichen Korruptionsversuchen.

Zusammengefasst garantiert die Kombination aus öffentlichem Unternehmenscharakter, strengen Richtlinien, regelmäßigen Schulungen und einer Kultur der Transparenz und Gerechtigkeit, dass die ASEAG frei von Korruption ist. Diese Rahmenbedingungen ermöglichen es, das Vertrauen der Stakeholder kontinuierlich zu stärken und zu erhalten.

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

Die ASEAG pflegt einen sorgfältigen und professionellen Umgang mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern. Dieser Austausch erfolgt regelmäßig und ist fachlich ausgerichtet, um relevante Themen und Herausforderungen gemeinsam zu erörtern. Dabei legt das Unternehmen großen Wert auf Transparenz und führt diese Gespräche in öffentlichem oder nachvollziehbarem Rahmen, um die Integrität und Objektivität der Kommunikation sicherzustellen.

Zu betonen ist, dass die Interaktionen mit politischen Entscheidungsträgern nicht parteiisch sind. Ein Austausch erfolgt grundsätzlich nicht exklusiv mit einzelnen Parteien, sondern ist breit angelegt, um eine Vielfalt von Perspektiven einzubeziehen und jeglichen Anschein von Parteilichkeit zu vermeiden. Dieses Vorgehen fördert eine ausgewogene und faire Diskussion und stellt sicher, dass die Zusammenarbeit mit politischen Entscheidungsträgern ausschließlich der fachlichen Beratung und dem Austausch von Informationen dient.

Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

keine

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

keine

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Schulung der Compliance-Richtlinie

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Schulung der Compliance Richtlinie

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Die ASEAG nimmt die Handhabung von Interessenskonflikten sehr ernst, um sicherzustellen, dass persönliche Interessen die Entscheidungsfindung nicht beeinflussen und die Firmeninteressen immer im Vordergrund stehen.

Als Maßnahmen dienen klare Unterschriftenregelungen und die Kontrolle durch den Aufsichtsrat.

### **Verifizierungsindikatoren**

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Es gibt keine Parteispenden.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

Es gibt keine Aufwendungen für Lobbying.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

Das Hinweisgebersystem bietet diese Möglichkeit. Mitarbeitende haben hier die Möglichkeit, anonym einen Hinweis einzureichen, der dann an eine externe Rechtsanwaltskanzlei weitergeleitet wird und damit an eine externe neutrale Stelle.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Die Zweckbindung und Kontrolle des Budgets ist für alle Ausgaben und Investitionen klar geregelt. Ein Budget für soziale und gesellschaftliche Zwecke entspringt daher dem Zusatzbudget, welches ebenfalls über einen klar festgelegten Freigabeprozess mehrere Stufen durchläuft.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 6**

# E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

## E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

### Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
  - klimawirksame Emissionen (CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O, CH<sub>4</sub>, ...)
  - Feinstaub und anorganische Emissionen
  - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
  - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>, CO<sub>2</sub>)
  - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>)
  - ionisierende Strahlung
  - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
  - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
  - Landverbrauch
  - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

### Verifizierungsindikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Transporte (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Heizenergie und Kühlenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) (in kWh/°C) (gemeint ist der Energieaufwand, um Räume auf Arbeitstemperatur zu klimatisieren)
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m<sup>3</sup>
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kunstlicheinsatz i(vorzugsweise in Lumen, ersatzweise in kWh + Art der Leuchtmittel) (Der Indikator soll dazu benutzt werden, die Lichtverschmutzung einzuschätzen bzw. optimale Arbeitsplatzbeleuchtung zu erreichen – letzteres ist allerdings eher C1 zuzuordnen.)
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie

**Die Erstellung der Umweltbilanz und Treibhausgasbilanz ist bis Ende des zweiten Quartals 2024 fertigzustellen und kann dann bei der ASEAG eingesehen werden.**

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 6**

## E3.2 Relative Auswirkungen

### Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich ...

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?

Da die ASEAG als Verkehrsunternehmen keine weiteren Produkte herstellt oder produziert, die von vergleichbaren Unternehmen abweicht, ist von keiner Abweichung bei den ökologischen Auswirkungen im Vergleich zum Branchenstandard auszugehen.

- zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Der Vergleich zu Mitunternehmen verhält sich identisch zu oben getätigter Aussage.

### Verifizierungsindikatoren

- relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region.

Diese liegen der ASEAG im Berichtszeitraum nicht vor

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 6**

## E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

### Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betriebsauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?

Als Verkehrsunternehmen verpflichtet sich die ASEAG, verschiedene Betriebsgenehmigungen einzuhalten, die von den lokalen Behörden ausgestellt werden. Diese Genehmigungen regeln verschiedene Aspekte des Betriebs, einschließlich der Fahrzeugzulassung, der Fahrerlizenzen und der Betriebsvorschriften. Zu den Betriebsauflagen gehören beispielsweise regelmäßige Fahrzeuginspektionen, die Einhaltung von Sicherheitsstandards und die Einhaltung und Wartung von technischen Anlagen. Die ASEAG stellt sicher, dass alle Auflagen eingehalten werden, um die Sicherheit der Fahrgäste zu gewährleisten und die Qualität der Dienstleistungen zu verbessern. Fahrzeuge und Fahrpersonal durchlaufen regelmäßig die gesetzlich vorgegebenen Prüfungen, Schulungen und ärztlichen Untersuchungen.

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen wird durch interne und externe Überwachungsmechanismen gewährleistet. Intern erfolgt die Überwachung durch den Betrieb und seine Organe, wie beispielsweise den Arbeitssicherheitsausschuss. Extern wird die Einhaltung regelmäßig von einer externen Fachkraft für Arbeitssicherheit überprüft, die quartalsweise die entsprechenden Auflagen inspiziert. Darüber hinaus werden die technisch wiederkehrenden Prüfungen an Fahrzeugen und Anlagen in den vorgeschriebenen Abständen von zertifizierten Unternehmen extern überprüft. Bisher sind keine Beanstandungen bekannt, was auf die erfolgreiche Einhaltung der Gesetze und Verordnungen hinweist.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainern bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Dies wird im Rahmen der jährlichen Überprüfung der internen und externen Anforderungen im Rahmen des Qualitätsmanagements geprüft. Für den Berichtszeitraum lagen keine Beschwerden vor.

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?

Für den Berichtszeitraum liegen keine negativen Aussagen hierzu vor.

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Der technische und gesetzliche Standard in Bezug auf die anderen lokalen Standorte (Bushof Aachen, Bushof Eschweiler, Betriebshof Nord) ist als sehr gut zu bewerten. Auch hier gab es keine negativen Berichtspunkte im betrachteten Zeitraum.

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 6**

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

### E4.1 Transparenz

#### Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Aufsichtsratsbericht:

Inhalt: Der Aufsichtsratsbericht liefert detaillierte Informationen über die Aufsicht und strategische Entscheidungen des Unternehmens. Er beinhaltet Bewertungen und Überwachungsergebnisse der Unternehmensführung, die für Anleger, Mitarbeiter und Regulierungsbehörden von Bedeutung sind.

Bedeutung: Dieser Bericht ist kritisch für die Transparenz der Unternehmensführung und dient als Basis für das Vertrauen der Investoren und anderer wichtiger Stakeholder.

Geschäftsbericht:

Inhalt: Neben Finanzdaten umfasst der Geschäftsbericht Informationen über Förderprojekte und gesellschaftliches Engagement des Unternehmens, sowie Herausforderungen in Bezug auf Berührungsgruppen. Diese umfassenden Berichte bieten Einblicke in die ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen des Unternehmens.

Bedeutung: Der Geschäftsbericht dient als primäre Informationsquelle für eine Vielzahl von Stakeholdern, einschließlich Anrainer\*innen, und gibt Aufschluss über die Auswirkungen und den Beitrag des Unternehmens zur lokalen Gemeinschaft und Umwelt.

Verkehrsbeirat der StädteRegion:

Inhalt: Berichte und Diskussionen im Verkehrsbeirat adressieren spezifische Belange und Verbesserungsvorschläge zur Verkehrspolitik und -infrastruktur der Region.

Bedeutung: Diese Plattform ermöglicht es lokalen Interessengruppen, direkt Einfluss auf Entscheidungen zu nehmen, die ihre tägliche Mobilität und Lebensqualität betreffen.

Fahrgastbeirat:

Inhalt: Der Fahrgastbeirat sammelt Rückmeldungen und Vorschläge von Fahrgästen bezüglich Dienstleistungen und Betriebsabläufen.

Bedeutung: Diese Informationen sind entscheidend, um die Servicequalität zu verbessern und sicherzustellen, dass das Unternehmen auf die Bedürfnisse und Erwartungen seiner direkten Nutzer eingeht.

CSRD-Bericht (Corporate Sustainability Reporting Directive):

Inhalt: Der bald erscheinende CSRD-Bericht wird detaillierte Informationen über Nachhaltigkeitsthemen wie Umweltauswirkungen, soziale Verantwortung und Governance-Praktiken enthalten.

Bedeutung: Dieser Bericht wird von entscheidender Bedeutung sein, um die Transparenz in Bezug auf die Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens zu erhöhen und es Stakeholdern zu ermöglichen, die Umsetzung von Umwelt- und Sozialstandards zu bewerten. Diese Berichte und Gremien bilden eine wesentliche Grundlage dafür, dass das Unternehmen in einem transparenten, dialogorientierten und inklusiven Prozess mit seinen Berührungsgruppen interagiert. Sie tragen dazu bei, ein lebensdienliches Miteinander in einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft zu fördern, indem sie sicherstellen, dass alle relevanten Informationen erfasst und geteilt werden.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Bislang wird jährlich der Geschäftsbericht erstellt und veröffentlicht. Dieser enthält neben Finanzkennzahlen und Mittelverwendung auch Informationen zu den Herausforderungen der ASEAG in Bezug auf Umwelt, Soziales und gesellschaftliche Aufgaben. Des Weiteren wird mit der vorliegenden Gemeinwohlbilanz ein weiterer Schritt getätigt, konkreter auf gesellschaftliche Aspekte einzugehen und diese zu veröffentlichen.

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Der Geschäftsbericht wird jährlich erstellt und durch externe Wirtschaftsprüfer testiert.

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Der Geschäftsbericht steht barrierefrei allen Interessierten auf der Website der ASEAG ([www.aseag.de](http://www.aseag.de)) zur Verfügung.

### Verifizierungsindikator

- Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Bisher erfolgte noch keine Erstellung der Gemeinwohlbilanz. Die Veröffentlichung des nicht Finanziellen Lageberichtes erfolgt erstmals zum Geschäftsjahr 2025 und damit Anfang 2026.

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Start der Erstellung der ersten Gemeinwohlbilanz  
Start der Vorbereitung des CSRD-konformen Lageberichtes

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

regelmäßige Erstellung und Veröffentlichung der Gemeinwohlbilanz

### Selbsteinschätzung: 6

## Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitbestimmung

### Berichtsfragen

Wie können Bürger in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Um Bürger die Möglichkeit zum Dialog zu geben und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch zu beteiligen, hat das Unternehmen verschiedene Plattformen und Mechanismen etabliert:

Fahrgastbeirat: Dieses Gremium bietet Fahrgästen eine Plattform zum direkten Feedback. Verbesserungsvorschläge können direkt eingebracht werden. Der Fahrgastbeirat tagt regelmäßig und ist eine wichtige Schnittstelle zwischen den Nutzern und dem Unternehmen, um sicherzustellen, dass die Stimmen der Fahrgäste Gehör finden.

Kundendialog: Über dieses Format, das auch als Beschwerdemanagementsystem dient, können Kunden ihre Beschwerden und Anregungen barrierefrei über die Website oder das Kunden-Center einreichen. Dieser Prozess garantiert, dass Rückmeldungen aus der Gesellschaft aufgenommen und an die richtigen Stellen im Unternehmen weitergeleitet werden. Es folgt eine qualitative Untersuchung der Anliegen mit einer Rückmeldung an den Einreichenden, wodurch ein konstruktiver Dialog gefördert wird.

Jährliche Einladung und Austausch zum barrierefreien Bauen: Bei diesen Treffen werden Interessengruppen eingeladen, über die Fortschritte und Herausforderungen im Bereich des barrierefreien Bauens zu diskutieren. Diese Veranstaltungen bieten eine offene Plattform für den Austausch von Ideen und Bedenken, die speziell die Zugänglichkeit und Inklusivität betreffen.

Kundenzufriedenheitsanalyse und Nutzerbefragung: Durch regelmäßig durchgeführte Umfragen und Analysen sammelt die ASEAG systematisch Daten über die Zufriedenheit und Präferenzen der Nutzer. Diese Informationen werden genutzt, um Dienstleistungen zu verbessern und sicherzustellen, dass die Bedürfnisse und Wünsche der Nutzer berücksichtigt werden.

Diese Instrumente ermöglichen es den Bürger, aktiv am Diskurs teilzunehmen, ihre Meinungen und Bedenken zu äußern und direkten Einfluss auf die Gestaltung und Verbesserung der Dienstleistungen zu nehmen. Sie sind entscheidend für die Schaffung einer transparenten, reaktiven und kundenorientierten Unternehmenskultur, die offen für Feedback und bereit zur ständigen Verbesserung ist.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten? Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Gesellschaftliche Berührungsgruppen können ihre legitimen Interessen gegenüber dem Unternehmen auf vielfältige Weise vertreten. Hier sind einige der etablierten Plattformen und Mechanismen, die eine effektive Vertretung und Einbindung dieser Gruppen ermöglichen:

Fahrgastbeirat: Der Fahrgastbeirat bietet eine strukturierte Plattform für Information und Mitwirkung. Mitglieder des Beirats können direkt Einfluss nehmen, indem sie Feedback, Vorschläge und Bedenken bezüglich des Mobilitätsdienstleistungen äußern. Dieses Gremium ist ein wichtiges Bindeglied zwischen den Fahrgästen und dem Unternehmen und hilft, die Dienstleistungen nach den Bedürfnissen der Nutzer zu gestalten.

Kundendialog: Dieses Beschwerdemanagementsystem ist ein zentrales Werkzeug, an dem sich die Leistung des Unternehmens messen lässt. Kunden können hierüber Beschwerden und Anregungen einreichen, die dann intern qualitativ untersucht und verarbeitet werden. Dieser Prozess sichert eine systematische Berücksichtigung der Kundenstimmen im operativen und strategischen Rahmen des Unternehmens.

Jährliche Einladung und Austausch zum barrierefreien Bauen: Diese Veranstaltungen bieten eine Plattform für den Austausch über spezifische Herausforderungen und Fortschritte im Bereich des barrierefreien Bauens. Sie ermöglichen es betroffenen Gruppen, direkt auf Planungs- und Umsetzungsprozesse Einfluss zu nehmen und sicherzustellen, dass ihre Bedürfnisse berücksichtigt werden.

Kundenzufriedenheitsanalyse und AVV-Kundenbarometer: Diese Werkzeuge messen die Zufriedenheit der Kunden und sind entscheidend für die Bewertung der Servicequalität. Die Ergebnisse dieser Analysen dienen als Benchmark für das Unternehmen und als Feedbackmechanismus, um die Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern.

Nutzerbefragung über die movA-App: Durch diese Befragungen werden Daten und Meinungen der Nutzer erfasst, die direkt in die Entwicklung und Verbesserung der Dienstleistungen einfließen. Die Ergebnisse dieser Umfragen werden ebenfalls im

Kundendialog verwendet, um sicherzustellen, dass die Stimmen der Nutzer in Entscheidungsprozessen Berücksichtigung finden.

Diese verschiedenen Mechanismen und Plattformen stellen sicher, dass die Stimmen der gesellschaftlichen Berührungsgruppen gehört und in den Entscheidungsprozessen des Unternehmens berücksichtigt werden. Sie fördern die Transparenz, Rechenschaftspflicht und Kundenorientierung des Unternehmens und tragen dazu bei, dass die Services stetig den Bedürfnissen und Erwartungen der Nutzer angepasst werden.

### Verifizierungsindikatoren

- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

Dies kann im Moment noch nicht beziffert werden.

- Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

Nein

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Selbsteinschätzung: 6**

## E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

### Berichtsfragen

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

nichtzutreffend

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

nichtzutreffend

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

nichtzutreffend

**Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

**Verbesserungspotenziale:**

**Selbsteinschätzung: 6**

# Ausblick

## Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

In den nächsten ein bis zwei Jahren setzt die ASEAG spezifische kurzfristige Ziele im Rahmen der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie, um ihre gesellschaftlichen Einflüsse und Nachhaltigkeitsthemen umfassend vorzubereiten und zu erheben. Die Erstellung einer Gemeinwohlbilanz steht dabei im Mittelpunkt der Bemühungen. Diese Bilanz dient als grundlegendes Werkzeug, um alle relevanten sozialen und ökologischen Aspekte der Unternehmensaktivitäten zu erfassen und tiefgehend zu analysieren.

Zielsetzung und Maßnahmen:

Erhebung gesellschaftlicher Auswirkungen: Ziel ist es, systematisch Daten zu sammeln, die Aufschluss über die direkten und indirekten Effekte des Unternehmens auf Gesellschaft und die Umwelt haben. Dies beinhaltet die Erfassung von Informationen zur Nutzung von Ressourcen, Emissionen, sozialen Engagements und der Einflussnahme auf lokale Gemeinschaften.

Analyse von Nachhaltigkeitsthemen: Es wird ein Schwerpunkt daraufgelegt, spezifische Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren, die für das Geschäftsfeld besonders relevant sind. Die detaillierte Untersuchung dieser Themen soll helfen, Betriebsabläufe nachhaltiger gestalten können und strategische Entscheidungen mit Blick auf eine positive gesellschaftliche Wirkung zu treffen.

Unterstützung durch die Gemeinwohlbilanz: Die Gemeinwohlbilanz hilft, diese Informationen strukturiert zu sammeln und auszuwerten. Sie bietet eine klare Grundlage für die Vorbereitung weiterer Berichterstattungsanforderungen, wie die CSRD und ermöglicht es, Fortschritte in Bezug auf soziale und ökologische Verantwortung transparent darzustellen.

Förderung interner und externer Transparenz: Die Ergebnisse der Gemeinwohlbilanz werden sowohl intern genutzt, um Bewusstsein und Verantwortung in Bezug auf Nachhaltigkeitspraktiken zu stärken, als auch extern kommuniziert, um die Stakeholder über Aktivitäten und Fortschritte zu informieren.

## Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

In einem Zeitraum von drei bis fünf Jahren verfolgt die ASEAG im Rahmen der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie langfristige Ziele, die darauf ausgerichtet sind, nachhaltige Prozesse zu etablieren und konkrete Verbesserungsmaßnahmen umzusetzen. Diese Ziele sind integraler Bestandteil der Strategie, um die sozialen und ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit kontinuierlich zu verbessern und eine umfassende Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt zu übernehmen.

Langfristige Zielsetzungen:

Etablierung nachhaltiger Prozesse:

Hauptziel ist es, dauerhafte und effiziente Prozesse zu entwickeln, die eine kontinuierliche Erfassung und Bewertung der gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen ermöglichen. Es geht darum, Prozesse tief in die Unternehmensstrukturen zu integrieren, sodass Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil aller Unternehmensentscheidungen wird.

Erreichen definierter Verbesserungsmaßnahmen:

Basierend auf den Erkenntnissen aus der Gemeinwohlbilanz und anderen relevanten Bewertungen werden spezifische Verbesserungsmaßnahmen definiert. Diese umfassen beispielsweise die Reduzierung von Emissionen, die Steigerung der Energieeffizienz, die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und die Förderung der sozialen Gerechtigkeit. Ziel ist es, diese Maßnahmen erfolgreich umzusetzen und messbare Fortschritte zu erzielen.

Stärkung der Stakeholder-Beziehungen:

Ein weiteres wichtiges Ziel ist die Vertiefung der Beziehungen zu allen Stakeholdern, von Mitarbeitenden über Kunden bis hin zu lokalen Gemeinschaften und Lieferanten. Regelmäßiger Dialog und Partnerschaften, die auf Vertrauen und gegenseitigem Nutzen basieren sollen, gefördert werden. Diese Zusammenarbeit soll helfen, gemeinsame Werte zu schaffen und die Ziele der Gemeinwohl-Ökonomie gemeinschaftlich zu verfolgen.

Förderung von Transparenz und Rechenschaftspflicht:

Um das Vertrauen der Stakeholder weiter zu stärken, setzt die ASEAG auf eine erhöhte Transparenz in Bezug auf Unternehmensführung und -aktivitäten. Regelmäßige und detaillierte Berichte über Fortschritte und Herausforderungen im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie sollen eine Kultur der Offenheit und Rechenschaftspflicht fördern.

Einflussnahme auf branchenweite Standards:

Schließlich gilt es, eine führende Rolle in der Branche einzunehmen, indem Best Practices für Nachhaltigkeit entwickelt und geteilt werden. Die ASEAG möchte Vorbild sein und andere Unternehmen inspirieren, ähnliche Maßnahmen zu ergreifen, um die ökologischen und sozialen Herausforderungen der Zeit effektiv anzugehen.

Durch diese langfristigen Ziele soll die eigene Leistung nicht nur verbessert, sondern auch ein positiver Beitrag zur Gesellschaft und zum Planeten geleistet werden. Diese Ziele sind

entscheidend, um eine nachhaltige Zukunft zu sichern und den Anforderungen einer verantwortungsbewussten und ethisch orientierten Geschäftsführung gerecht zu werden.

# Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Am 4. Mai 2023 hat der Auftaktworkshop zur Gemeinwohlabilanzierung mit dem Vorstand und allen Bereichsleitungen der ASEAG stattgefunden. Der Vorstand hat die einleitenden Worte gesprochen und somit die Wichtigkeit des Themas und den Wunsch, die ASEAG in Bezug auf das Gemeinwohl bilanzieren zu wollen betont.

Unterstützt wurde die ASEAG über den gesamten Prozess von Dr. Richard Schieferdecker. Dieser hat auch die Gemeinwohlabilanz im Auftaktworkshop vorgestellt und beantwortete erste Fragen zu Ablauf und methodischer Vorgehensweise.

Nachdem alle Teilnehmenden einen Überblick zu Hintergrund und Struktur bekommen haben, ging es um die Frage der internen Koordination. Die Frage nach der verantwortlichen Person wurde dem neugeschaffenen Fachgebiet Qualität – und Nachhaltigkeitsmanagement zugeordnet. Die Stelle wurde zum 1. August 2023 neu geschaffen und erstmalig besetzt.

Ab dem 1. August 2023 wurden zunächst die internen Berührungsgruppen den Bereichen zugeordnet und jeweils kleine Teams gebildet, die aus mehreren Mitarbeitenden der jeweiligen Bereiche bestand.

Mit allen Teams fand eine erneute Auftaktveranstaltung statt, in der die jeweilige Berührungsgruppe im Detail vorgestellt wurde. In diesen Veranstaltungen wurden auch jene Fragen vorgestellt, die durch die Berührungsgruppen nun zu beantworten waren.

Als Hilfsmittel diente ein eigens eingerichtetes Team in Microsoft Teams. Die Fragen wurden dort als SharePoint-Liste hinterlegt, alle Teams konnten so die Fragen für sich beantworten. Im eingerichteten Chat-Forum konnten Fragen an die jeweiligen anderen Berührungsgruppen und das Fachgebiet Qualität und Nachhaltigkeit gestellt werden. Die Fragen konnten so wiederum mit Unterstützung von Dr. Schieferdecker zeitnah beantwortet werden. So war sichergestellt, dass alle Bereiche lernten, mit den Fragen und dem Bewertungssystem umzugehen. Gleichzeitig diente das Chat-Forum als Interpretations- und Meinungshilfe. Das Nachhaltigkeitsmanagement fasste die Antworten anschließend mit Hilfe der Berichtsvorlage der Gemeinwohloökonomie zu einem Berichtsentwurf zusammen.

Anfang November wurde etwas später als geplant mit der zweiten Phase der Workshops mit den einzelnen Berührungsgruppen gestartet. Ziel dieser Workshops war es, den ersten Entwurf zu überprüfen und Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Diese Phase dauerte aufgrund Terminfindungen und den anstehenden Feiertagen bis Mitte Februar 2024.

Anfang März fanden schließlich die letzten Workshops mit den Berührungsgruppen statt. Anschließend wurde das Dokument fertiggestellt und der Kommunikationsabteilung zur Anpassung des Dokumentes an die Corporate Identity gegeben.

Zum Abschluss fand ein Abschlussworkshop mit allen Berührungsgruppen statt, um die Gemeinwohlabilanz abzuschließen. In diesem wurde ebenfalls die sich ergebende

Maßnahmenliste dargestellt und konkretisiert, sodass diese als Dokument vorliegt, welches in die Jahresplanung und Verbesserungsmaßnahmen der einzelnen Bereiche und des Management Review eingeplant ist.

An der Gemeinwohlbilanz haben mitgewirkt:

<b>Berührungsgruppen</b>	<b>Teilnehmer</b>
A – Lieferanten	Mareike Stooß Benjamin Wieschollek Manfred Wiemers
B – Eigentümer & Finanzpartner	Joachim Adler Benjamin Wieschollek
C - Mitarbeitende	Sidonja Emmerich Nik Asbach Stefan Roebrocks Tobias Schmitz-Peiffer Benjamin Wieschollek
D – Kunden& Mitunternehmen	Joachim Adler Benjamin Wieschollek Dr. Kathrin Driessen Martin Tremöhlen
E – Gesellschaftliches Umfeld	Joachim Adler Benjamin Wieschollek Dr. Kathrin Driessen Martin Tremöhlen

Datum: 01. Mai 2024