NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022

sushi

BIKES

DNK-ERKLÄRUNG 2022

SUSHI MOBILITY GMBH

BERICHTSJAHR: 2022

LEISTUNGSINDIKATOREN-SET
DIE ERKLÄRUNG WURDE NACH FOLGENDEN BERICHTSSTANDARDS VERFASST: GRI SRS

KONTAKT

IMPACT MANAGER
MARIUS ECKERT

GERETSRIEDER STR. 10
81379 MÜNCHEN
DEUTSCHLAND

089 / 37037384
IMPACT@SUSHIBIKES.COM

NACHHALTIGKEITSBERICHT

SUSHI

sushi
BIKES

INHALTSÜBERSICHT

Allgemeines 4
Nachhaltigkeit bei SUSHI – Ein Talk 5

NACHHALTIGKEITS**KONZEPT**

STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen 8
2. Wesentlichkeit 9
3. Ziele 11
4. Tiefe der Wertschöpfungskette 12

PROZESSMANAGEMENT

5. Verantwortung 13
6. Regeln und Prozesse 13
7. Kontrolle 14
   Leistungsindikatoren (5-7) 15
8. Anreizsysteme 16
   Leistungsindikatoren (8) 16
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen 17
   Leistungsindikatoren (9) 18
10. Innovations und Produktmanagement 19
    Leistungsindikatoren (10) 20

NACHHALTIGKEITS**ASPEKTE**

UMWELT

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen 21
12. Ressourcenmanagement 22
    Leistungsindikatoren (11-12) 23
13. Klimarelevante Emissionen 24
    Leistungsindikatoren (13) 25

GESELLSCHAFT

14. Arbeitnehmerrechte 26
15. Chancengerechtigkeit 28
16. Qualifizierung 29
    Leistungsindikatoren (14-16) 30
17. Menschenrechte 31
    Leistungsindikatoren (17) 32
18. Gemeinwesen 33
    Leistungsindikatoren (18) 33
19. Politische Einflussnahme 34
    Leistungsindikatoren (19) 34
20. Gesetzes und richtlinienkonformes Verhalten 35
    Leistungsindikatoren (20) 36

DAS IST SUSHI BIKES

Die SUSHI Mobility GmbH produziert und verkauft bezahlbare E-Bikes. Durch minimalistisches Design mit hohem Wiedererkennungswert wollen wir unsere Bikes zum urbanen Statussymbol machen. So unterstützen wir niedrigschwellig Konsument:innen beim Umstieg auf eine nachhaltigere Mobilität.

NACHHALTIGKEIT BEI SUSHI BIKES

Ein Talk

Zu Beginn des Nachhaltigkeitsberichts folgt eine Unterhaltung zwischen unserem Impact Manager, Marius Eckert und dem Gründer von SUSHI Bikes, Andy Weinzierl.

Marius: Erzähle uns doch noch einmal kurz die Gründungsgeschichte von SUSHI und welchen Stellenwert Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell hatte und hat?

Andy: Ich wollte ein E-Bike für Leute bauen, die noch kein E-Bike fahren wollen. Deswegen habe ich gemeinsam mit Joko 2019 SUSHI BIKES gegründet. Mit dem SUSHI haben wir ein E-Bike entwickelt, das weniger als die Hälfte eines durchschnittlichen Elektrofahrrads kostet und das durch das pure Design eines Singlespeed-Bikes, Qualität und Leichtigkeit überzeugt. Das Ziel war schon immer, flexible, grüne Stadtmobilität für jede:n zugänglich zu machen. Ich glaube stark daran, dass wir mit der richtigen Mobilität in Städten CO_2 reduzieren, effektiv zu einem schöneren Stadtbild beitragen und für mehr Lebensqualität sorgen können.

Marius: Welche Maßnahmen hat SUSHI bisher ergriffen, um sicherzustellen, dass Nachhaltigkeit in der gesamte Lieferkette und den betrieblichen Abläufe integriert ist?

Andy: Zu Beginn hatten wir noch eine gewisse Distanz zur Lieferkette. Jetzt, nach 4 Jahren sind wir extrem nah dran an allen einzelnen Fertigungsstätten. Der Umzug unserer Rahmenproduktion, der Montage und einiger Einzelteile nach Europa hat uns viel Transparenz auf unsere Lieferkette gegeben. So können wir jetzt nach und nach sicherstellen, dass alles nach unseren Vorstellungen und Werten abläuft.

Marius: Was waren die Highlights und größten Veränderungen im Bereich Nachhaltigkeit, die SUSHI 2023 erreicht hat?

Andy: Neben der signifikanten Produktionsverschiebung haben wir in 2023 auch einen großen finanziellen Teil an die Fair Cobalt Alliance gespendet und eine komplett neue Impact Landingpage gelauncht, um über all unsere Initiativen transparent zu informieren. Aber auch alltägliche Dinge im Office wurden maßgeblich nachhaltiger und so könnten wir hier etliche weitere Punkte aufzählen.

Andy: Das ist der erste Nachhaltigkeitsbericht von SUSHI, wie war der Prozess und welchen Stellenwert hat er in der Nachhaltigkeitsstrategie von SUSHI?

Marius: Für mich war schnell klar, dass wir einen Ort brauchen, an dem wir regelmäßig und transparent über den Status Quo und Fortschritte berichten können. Da mir aber zusätzlich die Prüfung und der Blick von außen wichtig sind, haben wir uns für eine DNK-Erklärung entschieden. Auch um aufgezeigt zu bekommen, wo es noch Nachholbedarf gibt. Vor dem Nachhaltigkeitsbericht haben wir gemeinsam die Nachhaltigkeitsstrategie für die nächsten Jahre entwickelt. So ist dieser erste Nachhaltigkeitsbericht eine Art Startschuss für den gesamten Impact Bereich.

Marius: Was sind die Stärken von SUSHI im Hinblick auf Nachhaltigkeit? Wie stellt SUSHI sicher, dass die Bikes auf umweltverträgliche Weise hergestellt werden?

Andy: Wir sind nah dran an der Lieferkette und können mitreden. Das ist schon enorm wichtig. Gleichzeitig glaube ich an die große Stärke unserer schnellen Entscheidungen mit wenig Legacy. Wenn wir bessere, nachhaltigere Lösungen sehen, dann geht das bei einem so jungen und kleinen Unternehmen einfach super schnell. Dass das gesamte Team Impact-Werte vertritt, hilft bei der Wachsamkeit ebenfalls sehr stark.

Andy: Was sind andererseits die Bereiche, in denen SUSHI in Sachen Nachhaltigkeit noch besser werden kann? Welche Herausforderungen gibt es?

Marius: Wie hier später zu lesen sein wird, sind die zwei größten Hebel zur Verbesserung der Klimabilanz der Einsatz von recycelten Materialien und erneuerbaren Energien. Vor allem der Einsatz von recycelten Materialien ist eine Herausforderung für uns, insbesondere weil der Markt dafür noch sehr klein ist. Wir müssen natürlich bei allem was wir tun, darauf achten, dass wir wirtschaftlich arbeiten. Nachhaltigere Teile sind leider meistens noch teurer als die weniger nachhaltige Alternative, aber wir arbeiten hart daran, dass das SUSHI BIKE immer nachhaltiger wird. Bei den Elektronikkomponenten werden wir leider noch länger abhängig von China sein, das lässt sich leider nur schwer ändern. Compliance?

Marius: Welche Partnerschaften oder Kooperationen im Bereich Nachhaltigkeit gibt es bisher und wie will SUSHI diese Partnerschaften weiterentwickeln und ausbauen?

Andy: Bisher engagieren wir uns bei zwei unterschiedlichen Organisationen. Zum einen in der Fair Cobalt Alliance und zum anderen sind wir Unterzeichner der BikeCharta. Die Fair Cobalt Alliance setzt sich für fairen Kobalt Abbau im Kongo ein und die BikeCharta ist eine Nachhaltigkeitsverpflichtung der Fahrradbranche. In beiden Organisationen wollen wir unser Engagement beibehalten und vor allem in der Fair Cobalt Alliance das Netzwerk nutzen, um nachhaltigere Akkus zu beziehen. Zukünftig wollen wir mit Werkstätten für Menschen mit Behinderung zusammenarbeiten und unsere Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern intensivieren.

Andy: Was sind die Pläne für 2024, welche Änderungen soll es im Bereich Nachhaltigkeit 2024 geben und gibt es konkrete Ziele?

Marius: 2024 soll im Zeichen der Messbarkeit stehen. Deswegen ist unser wichtigstes Projekt im Impact Bereich eine CO2 Bilanz zu erstellen und Reduktionsziele zu definieren. Nur so können wir unsere Ziele quantifizieren und überprüfen, so dass unser Fußabdruck immer kleiner wird. Ein weiteres Projekt bleibt erstmal geheim, aber Ihr könnt euch schon mal darauf freuen. Wir wollen selbstverständlich den nächsten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen und darin auch schon über Fortschritte berichten können, so klein sie auch sind. Auch soll ein Code of Conduct für Vertragspartner entstehen, in dem Verpflichtungen zu Umwelt- und Arbeitsschutz enthalten sind. All das neben den Zielen, die wir für alle Abteilungen entwickelt haben.

Marius: Abschließend: Welche Botschaft möchtest Du den Kund:innen und der breiteren Öffentlichkeit über die Bedeutung nachhaltiger E-Bikes und die Rolle von SUSHI bei der Förderung einer grüneren Zukunft vermitteln?

Andy: Gebt dem Radl eine neue Chance. Pedelecs eröffnen eine komplett neue Welt der Mobilität, die uns vollständige Flexibilität und Freiheit ermöglicht. Außerdem treiben Fahrräder die Nachhaltigkeit voran. Man tut was für seine Gesundheit, belastet kaum die Umwelt und spart so der Gesellschaft sogar Geld. Wir kümmern uns derweil darum, die Bikes so nachhaltig wie möglich zu produzieren. Der Umstieg vom Auto auf's Radl ist aber eine Verantwortung, die wir alle gemeinsam tragen sollten - und bei SUSHI gestalten wir diesen so attraktiv wie möglich!

1. STRATEGISCHE ANALYSE UND MASSNAHMEN

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie richtet sich nach den 17 Sustainable Development Goals (SDG) der UN, dem Leitfaden der Fahrradindustrie und unseren eigenen Werten. Die Nachhaltigkeitsstrategie ist zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und wurde vom Impact Manager und der Geschäftsführung erarbeitet und wird stetig weiterentwickelt. Insbesondere haben wir die SDGs: #3, #7, #8, #10, #11, #12, #13 und #17 für uns herausgearbeitet. In unserer Geschäftstätigkeit versuchen wir Planet, People and Profit miteinander zu vereinbaren und haben daraus vier Handlungsfelder entwickelt, in denen wir uns konkrete Nachhaltigkeitsziele gesteckt haben. Diese sind: Product, Supply Chain, Office und Social. Product deckt den kompletten Lebenszyklus des Fahrrads ab. Vom Zulieferer bis zum Retourenmanagement und Recycling. Supply Chain deckt alle Bereiche des Transports ab, vom Zulieferer über den Produzenten bis zum Endkunden. Office beschreibt alle Ziele, die wir uns in unseren Arbeitsalltag und Büro gesteckt haben. Und zu guter letzt Social. Hiermit wollen wir unserer sozialen Verantwortung gerecht werden und unsere Plattform als Marke nutzen, um einen Mehrwert für die Gesellschaft zu schaffen. Ziel ist es, als Firma im Innersten mit gutem Beispiel voran zu gehen und unsere Reichweite zu nutzen, um Awareness zu schaffen. All das, während wir das Produkt entlang des gesamten Produktzyklus nachhaltiger gestalten. Wir wollen so viele Autos wie möglich auf der Straße ersetzen und so die Stadt lebenswerter machen. Zentral ist dabei unser Produkt, das Fahrrad. Auf das Wesentliche reduziert, erschwinglich und mit E-Antrieb, ist unser Bike der ideale Begleiter für den Alltag. Durch die kleine Batterie, ist unser Fahrrad weniger belastend für die Umwelt als vergleichbare E-Bikes mit größeren Batterien, da die Batterie einen großen Anteil der Herstellungsemissionen verursacht. Außerdem versuchen wir durch Nachrüstkits unnötige Fahrradkäufe zu vermeiden. Aufgrund unserer Größe unterliegen wir keinen Standards. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie bezieht sich jedoch auf die SDGs der Vereinten Nationen, den Vorgaben des Verbands der Fahrradindustrie, der Selbstverpflichtung der Mitglieder der BikeCharta und unseren eigenen Wertvorstellungen.

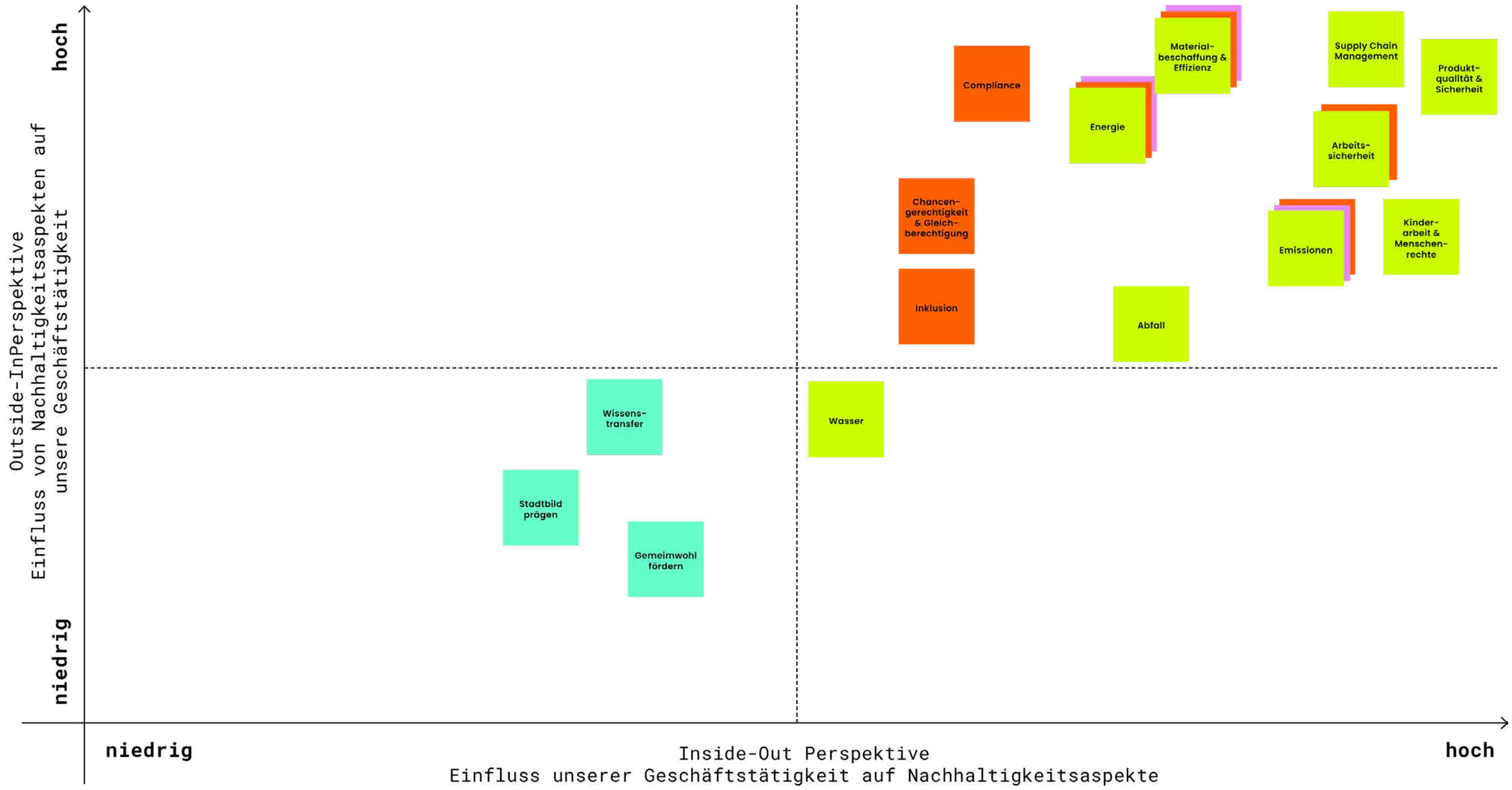
2. WESENTLICHKEIT

Als E-Bike Brand sind wir in erster Linie eng mit der gesamten Fahrradbranche und dessen Besonderheiten verknüpft, haben aber auch Schnittstellen mit der Elektronikbranche. E-Bikes sind Wachstumstreiber im ebenfalls wachsenden Fahrradmarkt. Deutschland ist hierbei der wichtigste Absatzmarkt in Europa. Zusätzlich haben die Kunden ein wachsendes Umweltbewusstsein und wünschen sich mehr Informationen über die nachhaltige Produktion der Fahrräder. Die Bestrebungen, insbesondere in Großstädten, den Verkehr fahrradgerechter zu gestalten, tragen ebenso zu unserer Mission bei. Unsere Wesentlichkeitsanalyse haben wir systematisch mit den Standards des Sustainability Accounting Standards Board durchgeführt. Hierzu haben wir zunächst die SUSHI BIKES wesentlich betreffenden Themen identifiziert und durch eigene Themen ergänzt. Diese Themen wurden anschließend den 4 Handlungsfeldern der Nachhaltigkeitsstrategie zugeordnet. Die Wesentlichkeitsmatrix ordnet die Themen dann entlang zwei Achsen ein. Auf der einen Achse, inwiefern wir durch unsere Geschäftstätigkeit Einfluss auf Nachhaltigkeitsaspekte haben. Auf der anderen Achse, welchen Einfluss Nachhaltigkeitsaspekte auf unsere Geschäftstätigkeit haben. Durch unsere Geschäftstätigkeit haben wir einen Einfluss auf die Umwelt. Wir stoßen durch die Produktion und den Transport unserer Fahrräder CO_2 aus und nehmen Rohstoffe, Wasser, Energie und Arbeit in Anspruch. Insbesondere bei der Förderung von seltenen Erden und Metallen für die Batterieproduktion sind ökologische, politische und sozioökonomische Probleme bekannt. Arbeitssicherheit und die Einhaltung von Menschenrechten in unserer Lieferkette sind zentrale Themen für SUSHI BIKES. Deswegen setzen wir uns aktiv in der Fait Cobalt Alliance für gerechte Kobalt Förderung in kleinen artisanen Minen ein. Durch unser Bestreben, immer mehr Komponenten aus Europa zu beziehen und unseren Wechsel der Produktion nach Portugal 2023, haben wir bereits große Fortschritte erreicht. Anzumerken ist, dass wir durch unsere Geschäftstätigkeit einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben. Viele unserer Kunden ersetzen mit unseren Bikes ihr Auto und verringern so CO_2 Ausstoß, Platz und Lärmbelastung. Aufgrund von Unternehmensgröße und unserem Produkt sind wir an keine spezifischen Gesetzgebungen gebunden. Das zunehmende Umweltbewusstsein der Konsumenten und die Bestrebungen, insbesondere in Großstädten, eine bedarfsgerechte Verkehrspolitik zu betreiben, betreffen unsere Geschäftstätigkeit.

HANDLUNGSFELD DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE	WESENTLICHES THEMA
PRODUCT	• Materialbeschaffung & Effizienz • Supply Chain Management • Compliance • Kinderarbeit & Menschenrechte • Arbeitssicherheit • Energie • Emissionen • Wasser • Abfall • Produktqualität & Sicherheit
OFFICE	• Inklusion • Chancengerechtigkeit & Gleichberechtigung • Arbeitssicherheit • Compliance • Energie • Emissionen • Materialbeschaffung & Effizienz
LOGISTICS	• Materialbeschaffung & Effizienz • Emissionen • Energie
SOCIAL	• Wissenstransfer • Gemeinwohl fördern • Stadtbild prägen

Wir bieten mit unseren Fahrrädern eine echte Alternative zum Auto und setzen uns so für eine nachhaltigere Mobilität ein. Dies tun wir auch indem wir unsere Reichweite für positive Zwecke nutzen und zum Wissenstransfer beitragen. Entlang unserer Lieferkette sind wir diversen Risiken ausgesetzt, die wir mit strenger Compliance und Sorgfaltspflichten minimieren. Chancen sehen wir im steigenden Umweltbewusstsein der Konsumenten und der sich ändernden Verkehrspolitik.

Als kleine E-Bike Marke mit ambitionierten Nachhaltigkeitszielen sehen wir uns hier gut positioniert. Für unser Nachhaltigkeitsmanagement bedeutet das: Wir setzen uns verstärkt für bessere Arbeitsbedingungen und eine nachhaltigere Materialbeschaffung ein. Unser Produkt trägt positiv zur Nachhaltigkeit bei, dennoch ist es uns wichtig, unsere Produktion so nachhaltig wie möglich zu gestalten.



3. ZIELE

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie konzentriert sich auf kurz und mittelfristige Ziele. Als junges Unternehmen in einem dynamischen Markt halten wir das für den richtigen Weg. Unsere Scope 1 und 2 Emissionen sind bereits jetzt sehr gering. Unsere Scope 3 Emissionen beziehen sich fast ausschließlich auf die Produktion unserer Bikes. Hier konzentrieren sich unsere Maßnahmen auf die Verbesserung der Arbeitsumstände und Effizienzsteigerungen im Materialeinsatz und Transport. Uns ist es wichtig, dass alle Mitarbeitenden des Unternehmens Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen leben und denken. Die Ziele mit besonders hoher Priorität ergeben sich aus unserer Materialitätsanalyse. Diese sind:

70% Fertigungstiefe in der EU (gemessen am Gesamtgewicht des Fahrrads) bis 2028

Code of Conduct für Lieferanten bis 2024

Alle Zulieferer beziehen **erneuerbare Energie bis 2030**

95% der Lieferanten unterschreiben den Code of Conduct bis 2028 und es werden keine neuen Lieferanten aufgenommen, die diesen nicht unterschreiben

Vier Projekte zum Einsatz von **recycelten Materialien bis 2026**

Wir haben für die Nachhaltigkeitsstrategie eigens einen Impact Manager eingestellt. Dieser ist direkt beim Produktmanagement angesiedelt und in engem Austausch mit unserer Geschäftsführung. Das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele wird mit quartärlichen OKRs (Objective and Key Results) kontrolliert. Hier muss jede:r quartalsweise den Fortschritt der von ihm oder ihr verantworteten Ziele berichten. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf den SDGs der Vereinten Nationen. Jedes Nachhaltigkeitsziel ist einem oder mehreren SDGs zugeordnet. Das bedeutet, dass die Erreichung des jeweiligen Nachhaltigkeitsziels einen Beitrag zur Umsetzung des SDGs leistet. Wenn zum Beispiel alle Zulieferer bis 2030 erneuerbare Energien beziehen, leisten sie einen Beitrag zu SDG Nr. 7 “Bezahlbare und saubere Energie”. Über den Code of Conduct für Lieferanten leisten die Lieferanten einen Beitrag zu den SDGs Nr. 3, 8,10,12,13 und 17. Neben unserem Produkt trägt das Ziel, bis 2023 Fahrradfreundlicher Arbeitgeber zu sein, zu SDG Nr. 11 “Nachhaltige Städte und Gemeinden” bei.

4. TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Wir kaufen die Einzelkomponenten unserer Fahrräder in enger Kooperation mit einem deutschen Fachhändler ein. Hier sind wir in enger Abstimmung und stetig bemüht, mehr Komponenten aus Europa einzukaufen. Anschließend werden alle Einzelteile an unseren Produzenten nach Portugal versandt. Alle Fahrräder werden in Portugal produziert, verpackt und anschließend zu unserem Logistikdienstleister nach Deutschland geschickt. Vom Logistikdienstleister werden dann die Fahrräder zum Kunden geliefert. Retouren, welche geringe Mängel aufweisen, werden von unserer Werkstatt geprüft, wiederaufbereitet und anschließend rabattiert verkauft. So vermeiden wir, Fahrräder zu entsorgen. Akkus können über das Recyclingsystem bei uns recycelt werden. Sowohl mit unserem portugiesischen Produzenten als auch mit unserem deutschen Fachhändler kooperieren wir eng im Bereich Nachhaltigkeit und Arbeitsbedingungen. Wir sind dabei, einen Code of Conduct zu entwerfen, der von allen uns beliefernden Unternehmen unterschrieben werden soll. Unsere Nachhaltigkeitskriterien überprüfen wir bis zu den Zulieferern des deutschen Fachhändlers. Dies geschieht durch Fragebögen mit standardisierten, aber auch produktspezifischen Fragen. Sowohl bei unserem portugiesischen Produzenten als auch bei unserem deutschen Fachhändler sind wir regelmäßig vor Ort. Uns sind eine hohe europäische Fertigungstiefe, der Einsatz von erneuerbaren Energien, sowie eine hohe Quote recycelter Materialien besonders wichtig. Des Weiteren arbeiten wir daran, unsere Fahrradverpackung, inklusive Füllmaterial, vollständig aus Pappe zu gestalten. Ökologische oder soziale Probleme konkreter Hersteller sind uns nicht bekannt. Dennoch sind wir uns bewusst, dass insbesondere die Rohstoffgewinnung von seltenen Erden für Lithium-Ionen Batterien problematisch ist. Da Kobalt in unseren Batterien verwendet wird und wiederholt über Kinderarbeit und ausbeutende Geschäftspraktiken berichtet wurde, engagieren wir uns aktiv in der Fair Cobalt Alliance. Diese fördert kleine artisane Minen und sorgt für bessere Arbeitssicherheit, Bildung, das Verbot von Kinderarbeit und dafür, dass Gewinne aus der Förderung in der Region bleiben. Insbesondere mit unseren Batterie und Elektroniklieferanten sind wir bestrebt, durch Zertifikate und Verträge problematische Geschäftspraktiken auszuschließen.

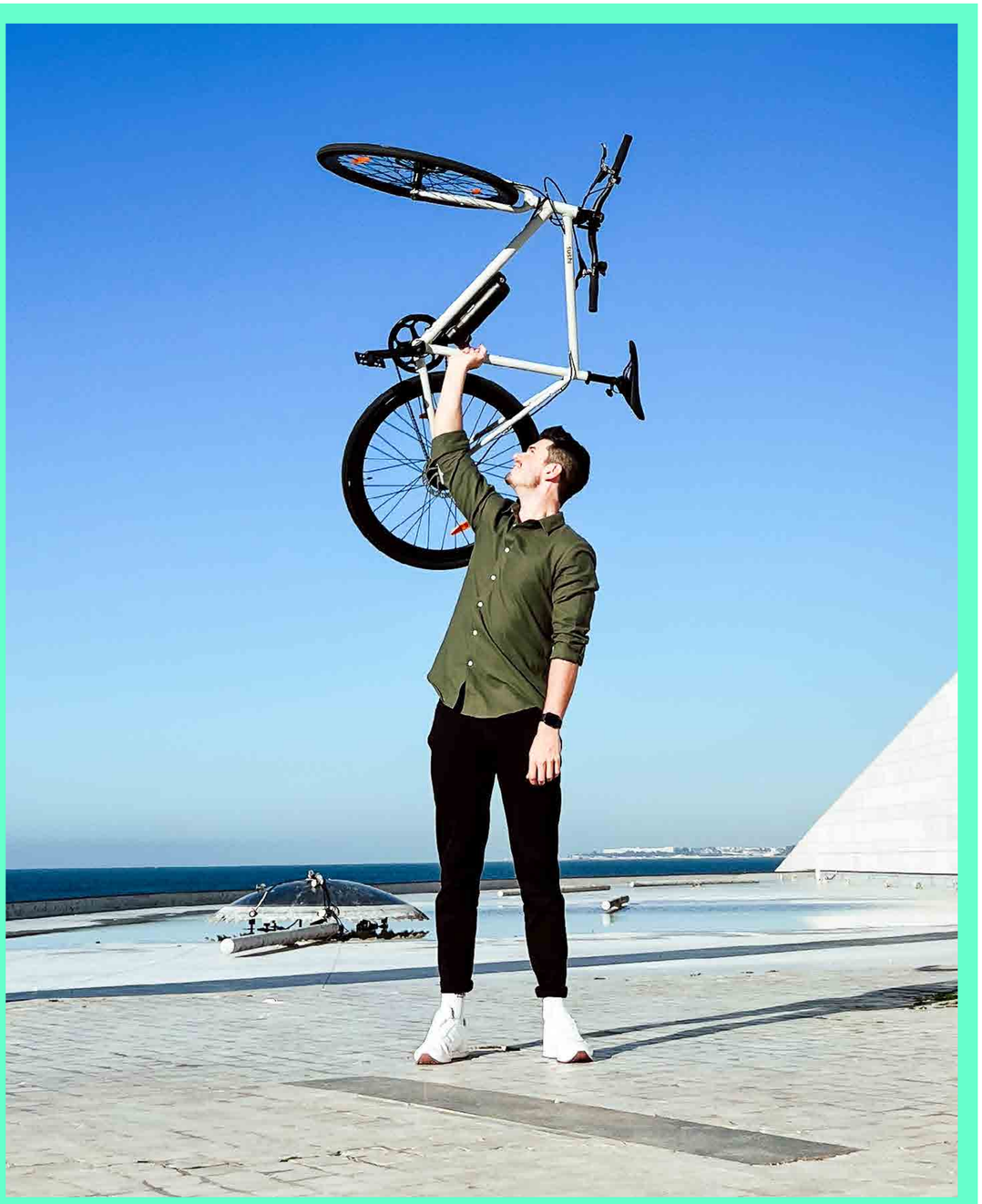
5. VERANTWORTUNG

Die zentrale Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen liegt bei unserem Impact Manager. Dieser ist im Produktmanagement angesiedelt, welches direkt an unseren Geschäftsführer berichtet. Die Nachhaltigkeitsstrategie wurde vom Impact Manager gemeinsam mit der Geschäftsführung und der mittleren Führungsebene entwickelt und verabschiedet. Zur Kontrolle der Einhaltung der Nachhaltigkeitsziele wurde ein OKR-Prozess eingeführt, in dem jede:r die ihn/sie betreffenden Ziele veröffentlicht und berichtet.

Marius Eckert
Impact Manager

6. REGELN UND PROZESSE

Zentraler Baustein unserer Nachhaltigkeitsstrategie soll unser Code of Conduct werden, den alle Mitarbeitenden noch dieses Jahr unterschreiben sollen. Er versichert, dass in allen Geschäftsbereichen möglichst nachhaltige Entscheidungen getroffen werden. Des Weiteren überprüfen wir quartalsweise den Fortschritt unserer Nachhaltigkeitsziele über die OKRs. Vor allem bestehen Regeln für die Beschaffung von Produkten des alltäglichen Bedarfs, Reiserichtlinien und Vorgaben für Betriebsausflüge sowie Geschäftsessen. Unser Ziel ist es, als SUSHI BIKES mit gutem Beispiel voran zu gehen und mit unseren Bikes die Stadt ein Stück lebenswerter und nachhaltiger zu gestalten.



7. KONTROLLE

Jedes unserer Nachhaltigkeitsziele wurde mit einem oder mehreren Leistungsindikatoren versehen. Sei es die Anzahl der initiierten Projekte bis hin zu wie viel Prozent des Fahrrads in Europa hergestellt werden. Diese Leistungsindikatoren werden im Rahmen der OKRs quartalsweise überprüft. Des Weiteren arbeiten wir an einer Messung unseres CO_2 Fußabdrucks, um hier unseren Fortschritt künftig besser messen zu können. Unser Ziel ist es, für das kommende Berichtsjahr eine CO_2 Bilanz zu erstellen und diese zu veröffentlichen. Viele der Daten werden in unserer Datenbank gespeichert und sind somit stetig abrufbar. Für andere Daten sind Vergleichsgrößen und Zeiträume definiert, um Zuverlässigkeit zu gewährleisten. Da viele unserer Kunden ihr Auto durch unsere Bikes ersetzen, ergibt sich die Besonderheit unseres Geschäftsmodells, dass CO_2 eingespart wird. Dieser Leistungsindikator ist ebenso wichtig für uns und wir wollen eine standardisierte Rechnung für diesen Effekt einführen.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator GRI SRS10216: Werte

Vision Statement:
The Better Movement

Mission Statement:
To recover the streeets with Lifestyle in Motion

Core Values: **WE MAKE OUR COMMUNITY HAPPY:** We are built and driven by our community. Therefore, we provide the best customer experience ever offered by a bicycle manufacturer, and we show ourselves approachable.

WE MAKE AN IMPACT: Bringing tens of thousands of bikes on the streets comes with great responsibility towards the planet and people. We are aware and challenge all our activities in order to have a positive impact on this diverse world.

WE THINK EFFICIENT BUT AMBITIOUS: We achieve maximum results with minimum use of resources. We build a scalable foundation and think big to do it. If a process is too manual, we automate it. We constantly question ourselves: What if we sold 1 million bikes a year?

WE JUST DO AND LEARN: We have a mindset of doing. Only those who do will get ahead. We are not afraid to take unconventional paths even if we fail. We acknowledge that nobody knows everything and are driven by the desire to learn or ask for whatever we need.

WE TAKE CARE OF OURSELVES: We are body and mind conscious. We take our time to pursue personal happiness. We value our personal wellbeing above our jobs.

WE FEEL RESPONSIBLE: We are clear about the economic contribution we make to the company, which part of the customer journey we are working on, and which roles we have. This results in individual accountabilities that we proudly represent and take responsibility for.

WE ARE!: No possible scenario or challenge will divide us as a team. We are always integer and loyal. Instead of fingerpointing, we help each other even in stressful times. As a team we can achieve anything.

8. ANREIZSYSTEME

Aktuell gibt es kein Vergütungssystem, in dem Nachhaltigkeitsziele integriert sind. Dies ist auch für das folgende Jahr nicht geplant. SUSHI BIKES arbeitet mit OKR-Prozessen. Firmenziele werden auf Abteilungsziele heruntergebrochen, die auf die Firmenziele einzahlen. Unter anderem auch die Nachhaltigkeitsziele. Diese Ziele werden quartalsweise gemessen und berichtet. Des Weiteren sind sie Thema in Feedbackgesprächen, um bei Nichteinhaltung früh genug gemeinsam gegensteuern zu können. Die Nachhaltigkeitsziele sind innerhalb der OKR-Prozesse verankert und sind auch Bestandteil der Evaluation der obersten Führungsebene.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu dem Kriterium 8

Leistungsindikator GRI SRS10235: Vergütungspolitik

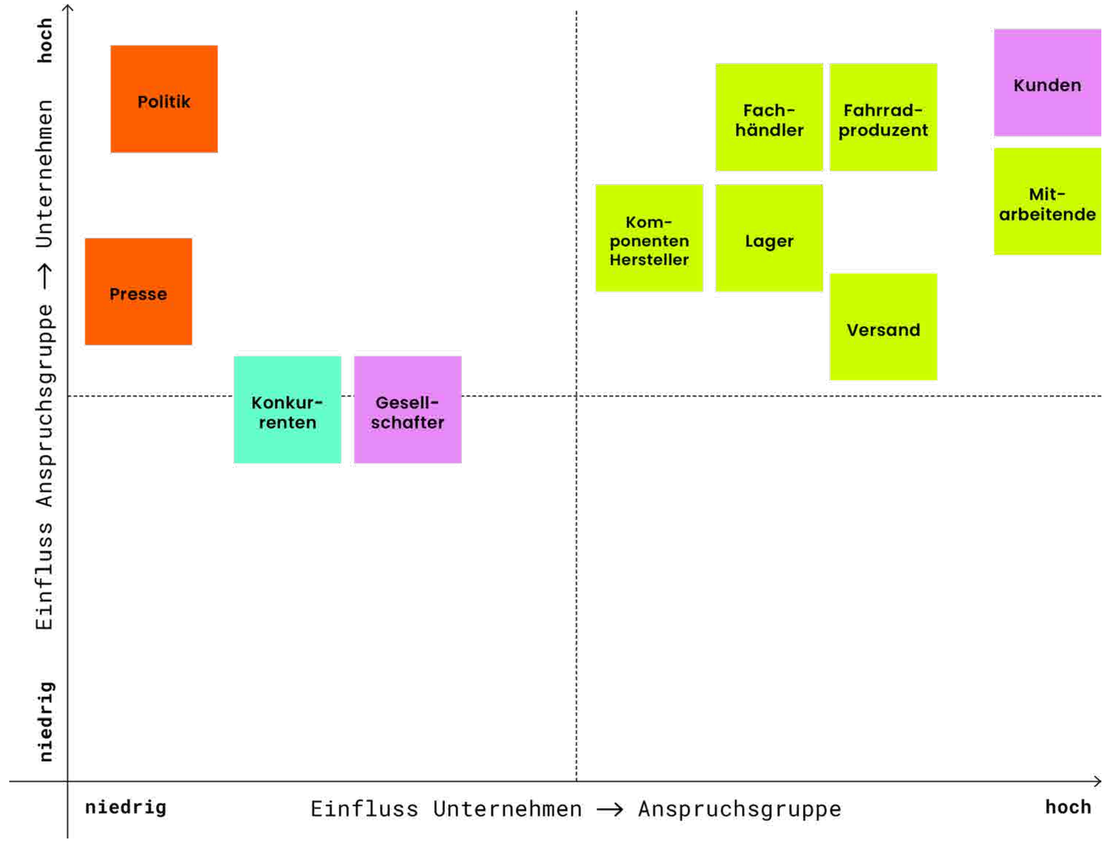
Derzeit veröffentlichen wir aufgrund der Unternehmensgröße keine Gehälter.

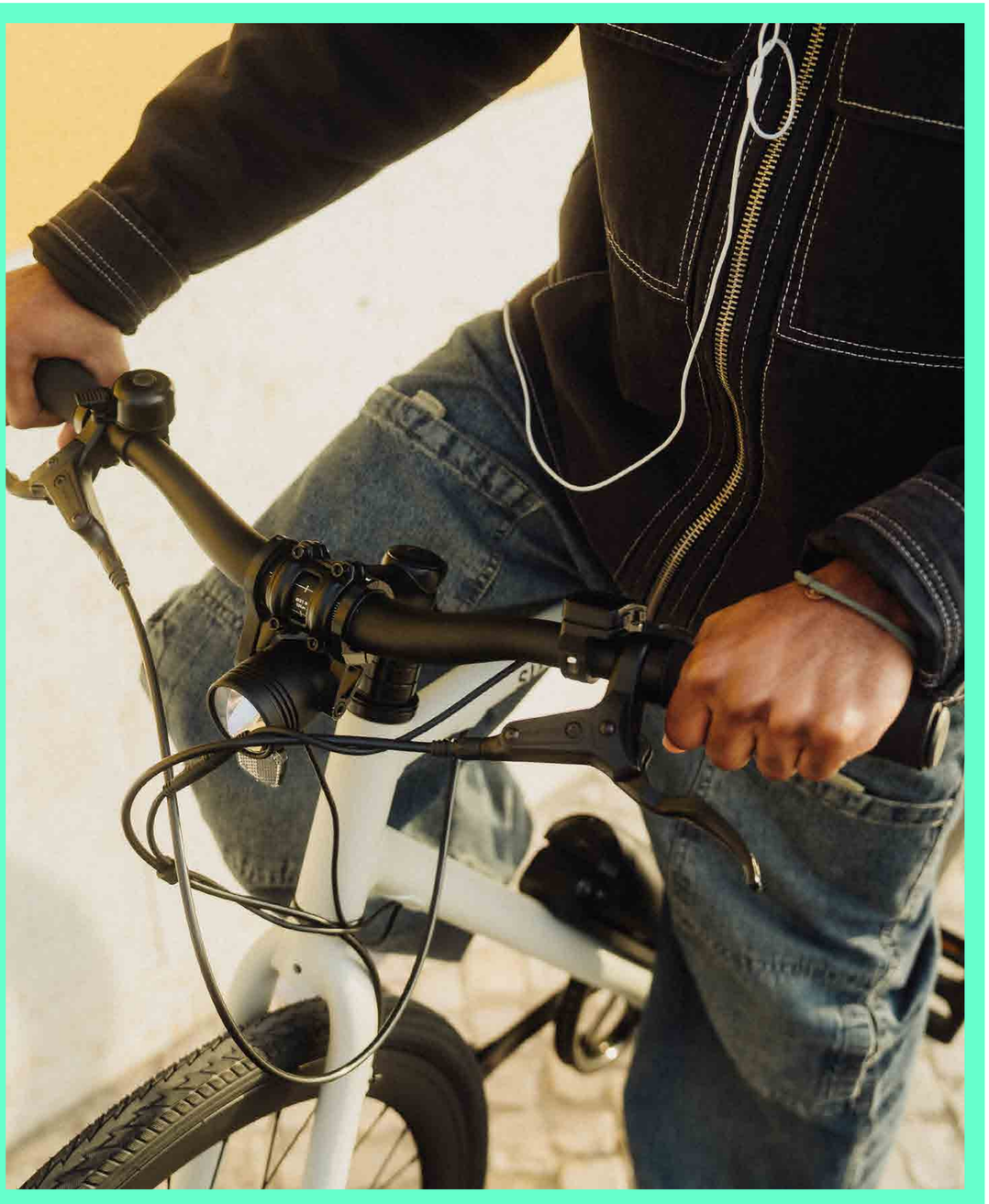
Leistungsindikator GRI SRS10238: Verhältnis der Jahresgesamtvergütung

Derzeit veröffentlichen wir aufgrund der Unternehmensgröße keine Gehälter.

9. BETEILIGUNG VON ANSPRUCHGRUPPEN

Wir haben unsere Anspruchsgruppen mit Hilfe der vom DNK-Leitfaden bereitgestellten Matrix identifiziert. Diese 2 x 2 Matrix priorisiert die Anspruchsgruppen nach ihrem Einfluss auf das Unternehmen und dem Einfluss des Unternehmens auf die Anspruchsgruppen. Ergänzungen entstanden durch die Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse und im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie. Die wesentlichen Anspruchs-gruppen für SUSHI BIKES sind die Mitarbeitenden, die Kunden, die Investoren, unser Produzent in Portugal, unser Logistikdienstleister und unser deutscher Fachhändler. Diese sind sowohl für die Herstellung und Finanzierung unserer Fahrräder wesentlich, als auch in der Abnahme und dem Gebrauch. Es bestehen unterschiedliche Formen der Kommunikation mit den jeweiligen Stakeholdern. Mit Kunden sind wir über unsere Social Media Kanäle und unseren Customer Support regelmäßig im Austausch, führen aber auch regelmäßige, standardisierte Kundenumfragen durch. Dasselbe gilt für die Mitarbeitenden.





Hier pflegen wir einen Mix aus regelmäßigen Feedback Gesprächen und anonymen Umfragen. Mit unseren Geschäftspartnern sind wir regelmäßig im Dialog. Insbesondere hier werden Verbesserungen in nachhaltigen Geschäftspraktiken eingefordert und kontrolliert. Neue Geschäftspartner werden stets auch auf Nachhaltigkeitskriterien überprüft und ausgewählt. Über unseren Code Of Conduct wollen wir in Zukunft sicherstellen, dass unsere Geschäftspartner diese Nachhaltgkeits-kriterien erfüllen und sich stets um Verbesserung bemühen. Der Code of Conduct wird öffentlich auf unserer Website einsehbar sein, um Trans-parenz zu schaffen.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

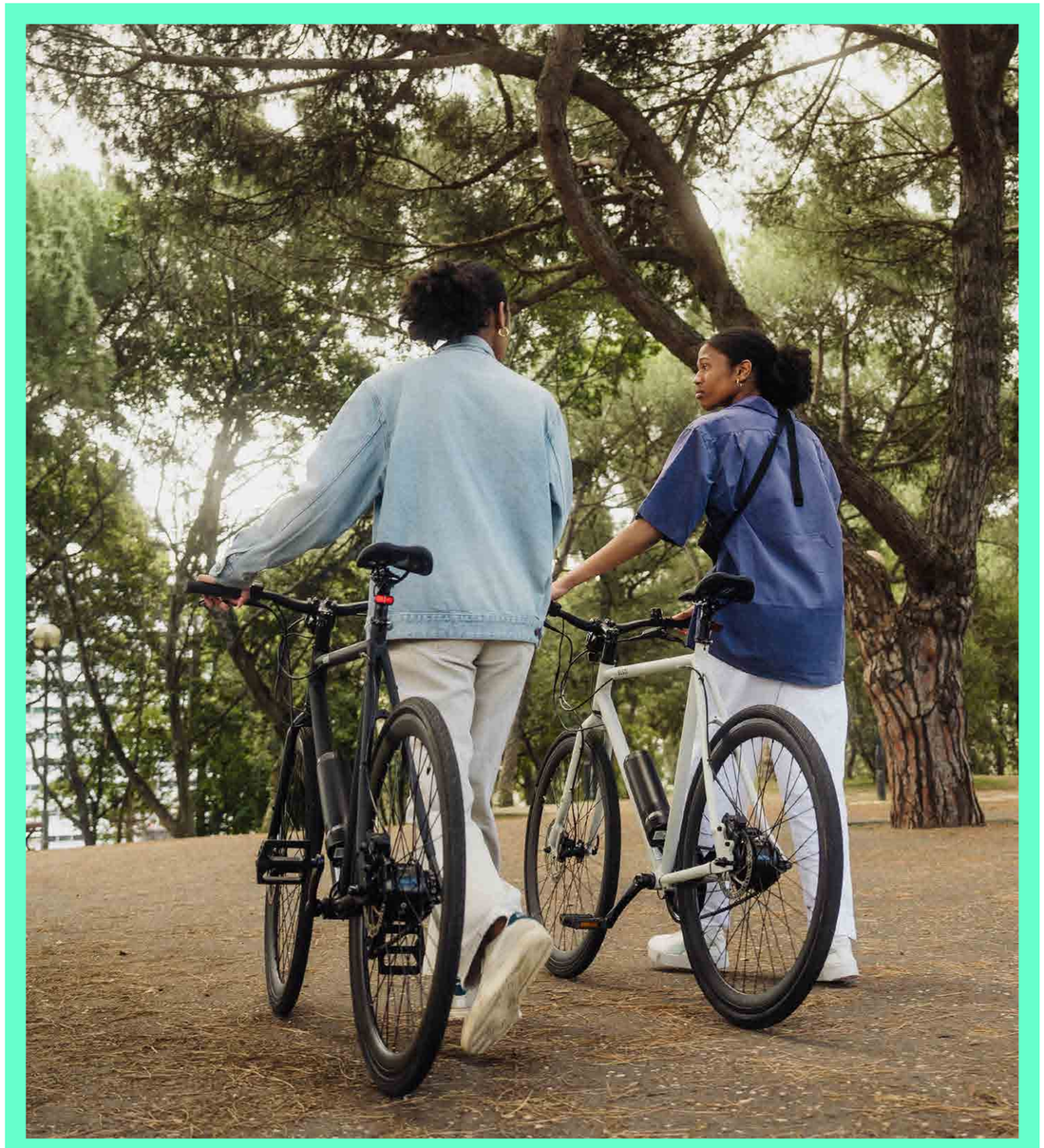
zu dem Kriterium 9

Leistungsindikator GRI SRS10244: Wichtige Themen und Anliegen

Die Inhalte der Nachhaltigkeitsstrategie wurden wesentlich durch die Einbindung der Stakeholder beeinflusst. Demnach finden sich die meisten von Stakeholdern geäußerten Anliegen in unserer Nachhaltig-keitsstrategie wieder. Kernthemen sind Qualität, Nachhaltigkeit entlang des Produktzyklus, kurze Lieferketten, europäische Produktion sowie die Einhaltung von Menschenrechten in der Lieferkette.

10. INNOVATIONS- & PRODUKTMANAGEMENT

Wie durch die Pedelection Studie (2015) beschrieben, entstehen fast ausschließlich bei der Herstellung der E-Bikes negative Auswirkungen auf soziale und ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit. Den unmittelbarsten Einfluss haben wir durch den Ressourcenverbrauch für die benötigten Materialien in unserem Fahrrad. Den Einfluss der für die Produktion benötigten Energie, versuchen wir durch erhöhten Einsatz von erneuerbaren Energien zu minimieren. Die negativen Auswirkungen unserer Produktion sind bislang nicht quantifiziert worden. Die Broschüre Umweltfreundlich mobil! des Umweltbundesamtes (2017) beziffert die CO_2eq Emissionen pro Personenkilometern von Pedelecs auf 15,17g. Mit 10,62g/km CO_2eq sind die Emissionen, die der Herstellung zugeordnet werden, der höchste Anteil. Des Weiteren entstehen negative Einflüsse durch den Transport einzelner Komponenten sowie der Fahrräder zum Kunden. Hier setzen wir uns für höhere Effizienz der Transporte ein. Hervorzuheben sind jedoch auch die positiven Auswirkungen auf soziale und ökologische Aspekte in der Nutzung unserer Fahrräder. Durch den Umstieg und die regelmäßige Nutzung unserer Fahrräder sparen unsere Kunden CO_2 und Kosten ein. Diese Kosten beziehen sich nicht nur auf die Kosten für das Auto, sondern betreffen alle Lebensbereiche. Pendler, die mit dem Fahrrad fahren, brauchen weniger Platz, verschmutzen die Luft kaum, erzeugen weniger Lärm, sind gesünder, haben weniger Krankheitstage im Beruf und erhöhen allgemein ihre Lebensqualität. Sowohl durch aktive Suche nach nachhaltigeren Komponenten, als auch durch Vorgaben und Design fördern wir Innovationsprozesse. Unserer Unternehmensphilosophie entsprechend entwickeln wir unsere Fahrräder so minimalistisch wie möglich. So verhindern wir den Einsatz unnötiger Komponenten und minimieren den Materialaufwand. Wir setzen gezielt auf Standardkomponenten, so haben Kunden einfachen Zugang zu erschwinglichen, ressourcenschonenden Reparaturen. Durch die Ziele, die wir uns in unserer Nachhaltigkeitsstrategie gesteckt haben, fordern wir unsere Innovationskraft selbst heraus. Wir haben uns bewusst ambitionierte Ziele gesteckt, um Innovation zu fördern. Da der Großteil unserer negativen Umwelteinwirkungen in der Herstellungsphase entstehen, liegt hier



der Fokus unserer Innovationsprozesse. Unsere wichtigsten Geschäftspartner sind unser Produzent in Portugal und der deutsche Fachhändler. Der größte Innovationsprozess wurde durch den Produzentenwechsel nach Portugal gestartet. Dadurch haben wir einen großen Schritt in Richtung Nachhaltigkeit gemacht, auf den wir sehr stolz sind. In enger Zusammenarbeit mit unserem Fachhändler suchen wir nach neuen, europäischen Lieferanten. Mit der Produktion unserer Rahmen in Bulgarien haben wir auch hier bereits einen großen Meilenstein erreicht.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

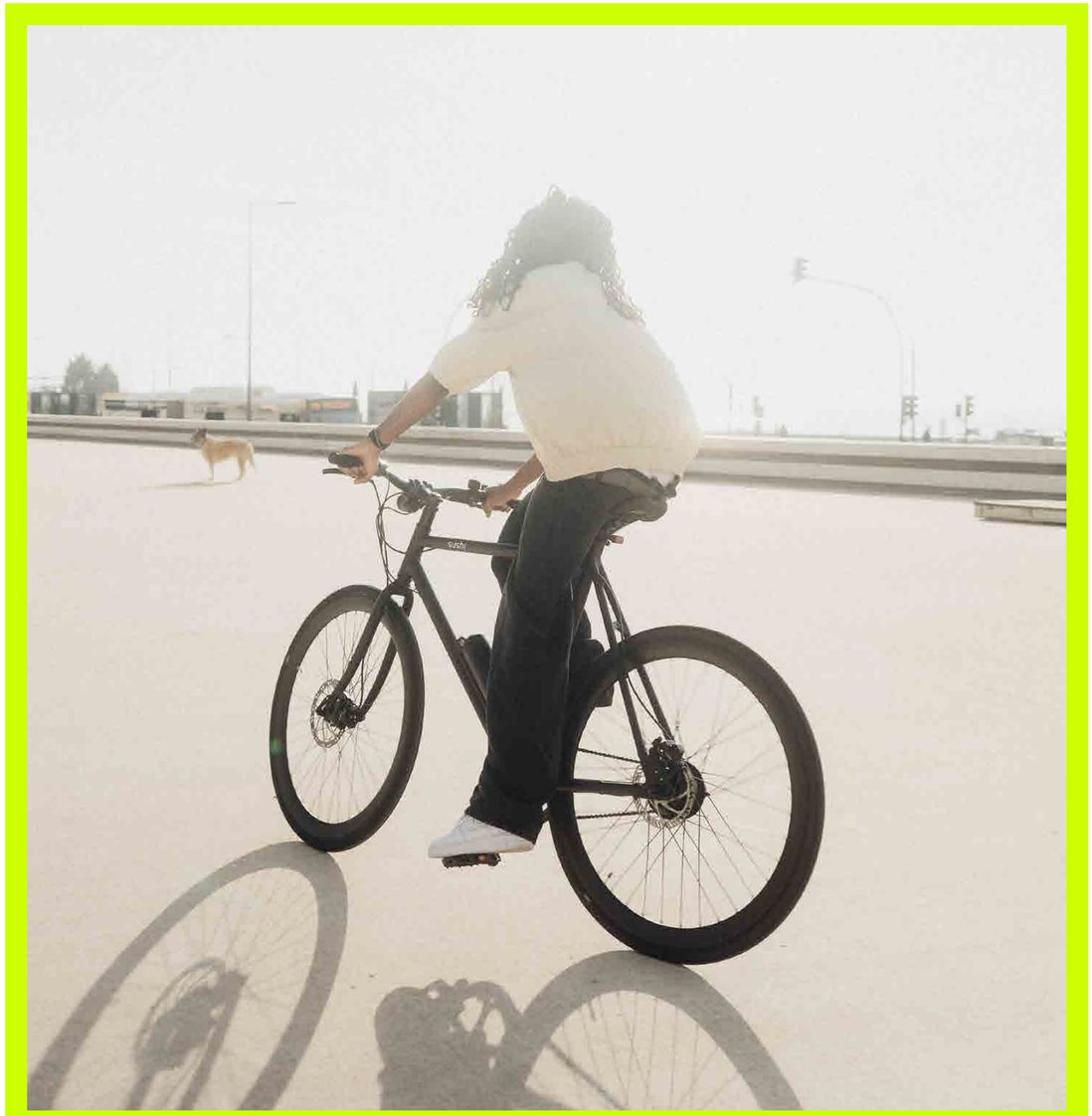
zu dem Kriterium 10

Leistungsindikator G4FS11
Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt oder sozialen Faktoren durchlaufen.

Finanzanlagen durchlaufen keine Auswahlprüfung nach Umwelt oder sozialen Faktoren. Dies ist auch künftig nicht geplant, da auf Basis unseres Geschäftsmodells keine Investition in Finanzanlagen stattfindet. Unser Geschäftskonto befindet sich bei einer genossenschaftlichen Bank.

11. INANSPRUCHNAHME VON NATÜRLICHEN RESSOURCEN

Für die Herstellung unserer Fahrräder wird eine Vielzahl unterschiedlicher Materialien eingesetzt, insbesondere Metalle und Kunststoffe. Des Weiteren wird Wasser und Energie verbraucht. Für den Versand unserer Bikes werden neben den Verpackungsmaterialien Pappe und Kunststoffe auch Energieträger benötigt. Da unsere Bikes nur innereuropäisch versandt werden, minimieren wir hier den Aufwand an Energieträgern. Für das aktuelle Berichtsjahr liegen uns keine genauen Verbrauchsdaten vor. Wir gehen davon aus, dass nach Strom und Wasser, Aluminium und Kunststoffe die meist verbrauchten natürlichen Ressourcen sind. Leider ist es Herstellerbedingt nicht möglich, eine exakte Auflistung der Materialien zu veröffentlichen. Deshalb ist auch nicht geplant, zukünftig darüber zu berichten.



12. RESSOURCENMANAGEMENT

Sukzessive arbeiten wir daran, mehr Komponenten aus Europa zu beziehen. Außerdem arbeiten wir eng mit unserem portugiesischen Produzenten zusammen, um auch mehr Komponenten vor Ort herzustellen. Mit dem Umzug unserer Produktion nach Portugal haben wir bereits ein großes Ziel erreicht. Der dortige Produzent bezieht bereits zu 100% erneuerbare Energien, was unser eigenes Ziel übertrifft. Wir sind dabei, einen Code of Conduct für Lieferanten zu entwickeln. Dieser wird auch Ziele für den Einsatz von erneuerbaren Energien enthalten. Wir haben uns als Ziel gesetzt, mit 95% unseren bestehenden Vertragspartnern den Code of Conduct bis 2028 zu unterschreiben und keine neuen Vertragspartner aufzunehmen, die diesen nicht unterschreiben. Des Weiteren haben wir uns als Ziel gesetzt, bis 2026 vier neue Projekte für den Einsatz von recycelten Materialien zu starten. Insbesondere sind hier die Reifen unserer Bikes interessant. Grundsätzlich hat die Herstellung unserer Bikes aber negative Auswirkungen auf Ressourcen und Ökosysteme, da wir natürliche Ressourcen und Energie für die Herstellung benötigen. Für unsere Bikes ist hier aber die Herstellung von der Nutzungsphase zu trennen. Im Gegensatz zur Herstellung, wird in der Nutzungsphase CO_2 eingespart. Viele unserer Kunden verwenden unsere Fahrräder als Ersatz für das Auto.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu den Kriterien 11 bis 12

Leistungsindikator GRI SRS3011: Eingesetzte Materialien

Hierzu liegen uns im Berichtszeitraum keine Informationen vor. Die entsprechenden Informationen wurden im Berichtszeitraum nicht systematisch erhoben. Herstellerbedingt ist dies auch nicht möglich, somit ist keine Berichterstattung geplant.

Leistungsindikator GRI SRS3021: Energieverbrauch

Unser Sprinter ist im Jahr 2022 insgesamt 13878 km gefahren. Bei einem Durchschnittsverbrauch von 9,6l/100km ergeben sich daraus ca. 1332,3l Diesel. Weitere Angaben zum Energieverbrauch liegen uns leider nicht vor. Unser Ziel ist es jedoch, diese im nächsten Berichtsjahr zu berichten.

Leistungsindikator GRI SRS3032: Verringerung des Energieverbrauchs

Dazu liegen uns leider keine Informationen für das Berichtsjahr 2022 vor. Für das folgende Berichtsjahr versuchen wir hier mehr Zahlen veröffentlichen zu können.

Leistungsindikator GRI SRS3033: Wasserentnahme

Am Standort München ist die Wasserentnahme als nicht kritisch zu betrachten. Von unserem Produzenten in Portugal haben wir diese Information nicht, sind aber im Austausch, das im folgenden Berichtsjahr zu berichten.

Leistungsindikator GRI SRS3063 (2020): Angefallener Abfall

Für den Standort in München haben wir keine Informationen des Vermieters hierzu. Da es sich lediglich um Hausmüll handelt, ist dies ebenfalls nicht als kritisch zu betrachten.

13. KLIMARELEVANTE EMISSIONEN

Da wir für das Geschäftsjahr 2022 keine CO_2 Bilanz erstellt haben, beziehen sich die folgenden Angaben auf Basis von älteren Analysen, so wie Studien zu E-Bikes generell. In unserer Geschäftstätigkeit entsteht der Großteil der Emissionen bei der Herstellung unserer Fahrräder. Dasselbe gilt für die lebenslangen Emissionen unserer Fahrräder. Im Verhältnis zu den Emissionen der Herstellung sind die Emissionen der Nutzungsphase vernachlässigbar, insbesondere durch die Größe unserer Batterie. Die meisten Mitarbeitenden kommen mit dem Fahrrad zur Arbeit, was wir vor allem durch ein eigenes SUSHI BIKE während der Anstellung, aber auch durch Angebote wie JobRad gezielt fördern. Weitere Emissionsquellen sind die Heizung, Geschäftsreisen, sowie der Fuhrpark, welcher bereits zu 50% aus E-Autos besteht. Insbesondere beim Einsatz erneuerbarer Energien haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. Sowohl in unserer Produktion in Portugal als auch in unserem Office in München setzen wir bereits 100% erneuerbare Energien ein. Darauf sind wir sehr stolz. Des Weiteren, sind wir dabei unseren Fuhrpark bis 2026 auf 100% E-Autos umzustellen, hier werden wir voraussichtlich unser Ziel früher erreichen als geplant. Mit allen anderen Produzenten und Lieferanten sind wir dabei, Ziele für den Einsatz erneuerbarer Energien festzulegen. Bis 2030 sollen alle Lieferanten erneuerbare Energien beziehen. Unsere Transportwege versuchen wir des Weiteren durch eine hohe Fertigungstiefe in Europa zu minimieren und weiterhin zu verkürzen. Derzeit prüfen wir DHL GoGreen als Versandoption, um die beim Versand entstehenden Emissionen zu kompensieren. Die Erstellung einer CO_2 Bilanz ist für das Jahr 2023 geplant. Solange wir hierzu noch keine Daten haben, ist es uns nicht möglich, konkrete Einsparungsziele zu definieren und zu veröffentlichen. Dies soll spätestens bis zum übernächsten Bericht (2024) passieren.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu dem Kriterium 13

Leistungsindikator GRI SRS3051 (siehe GHEN15):
Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Für das Berichtsjahr liegen uns keine Informationen zu den Scope 1 Emissionen vor. Es wurde keine Klimabilanz für das Berichtsjahr 2022 erstellt. Ab dem Berichtsjahr 2023 soll eine CO_2 Bilanz erstellt werden. Die Prozesse, um die notwendigen Daten systematisch zu erheben, werden eingeführt. Anschließend können Reduktionsziele erarbeitet und veröffentlicht werden. Dies soll spätestens bis zum übernächsten Bericht (2024) passieren.

Leistungsindikator GRI SRS3052:
Indirekte energiebezogenen THGEmissionen (Scope 2)

Für das Berichtsjahr liegen uns keine Informationen zu den Scope 2 Emissionen vor. Es wurde keine Klimabilanz für das Berichtsjahr 2022 erstellt. Ab dem Berichtsjahr 2023 soll eine CO_2 Bilanz erstellt werden. Die Prozesse, um die notwendigen Daten systematisch zu erheben, werden eingeführt. Anschließend können Reduktionsziele erarbeitet und veröffentlicht werden. Dies soll spätestens bis zum übernächsten Bericht (2024) passieren.

Leistungsindikator GRI SRS3053:
Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Für das Berichtsjahr liegen uns keine Informationen zu den Scope 3 Emissionen vor. Es wurde keine Klimabilanz für das Berichtsjahr 2022 erstellt. Ab dem Berichtsjahr 2023 soll eine CO_2 Bilanz erstellt werden. Die Prozesse, um die notwendigen Daten systematisch zu erheben, werden eingeführt. Anschließend können Reduktionsziele erarbeitet und veröffentlicht werden. Dies soll spätestens bis zum übernächsten Bericht (2024) passieren.

Leistungsindikator GRI SRS3055: Senkung der THGEmissionen

Für das Berichtsjahr liegen uns keine Informationen zu Emissionssenkungen infolge von Initiativen vor. Es ist davon auszugehen, dass der Wechsel zum portugiesischen Produzenten eine Reduktion der CO_2 Emissionen in der Produktion verursacht hat. Vor allem durch den Einsatz von erneuerbaren Energien der Produktion vor Ort. Über Emissionsreduktionen infolge von Initiativen wird anschließend an die Erstellung der CO_2 Bilanz berichtet werden können.

14. ARBEITNEHMERRECHTE

Unsere Angestellten in Deutschland genießen selbstverständlich alle Arbeitnehmerrechte. Die Bezahlung unserer Mitarbeitenden ist für ein so junges Unternehmen in Startup Größe angemessen oder darüber hinaus. Die Arbeitszeiten und Pausen unserer Mitarbeitenden richten sich nach den gesetzlichen Vorgaben. Bestimmte Zeiten am Morgen und am Wochenende werden geblockt, um bewusst für Ruhepausen der Mitarbeitenden zu sorgen. Mehrarbeit, also die Überschreitung der vereinbarten Arbeitszeit, wird durch Freizeitausgleich kompensiert. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz werden erfüllt. Auch die mentale Gesundheit hat einen großen Stellenwert bei SUSHI BIKES. Wir nehmen uns Zeit für unser persönliches Glück. Wir stellen unser persönliches Wohlbefinden über unsere Arbeit. Diesen Grundsatz fassen wir unter unserem Wert "**WE TAKE CARE OF OURSELVES**" zusammen. Body & Mind Consciousness liegen uns am Herzen, weshalb zwischen

18 und 8 Uhr wie am Wochenende ein Verbot zur Kommunikation bezüglich Arbeitsthemen herrscht. Wir arbeiten mit Vertrauensarbeitszeiten, damit sich Mitarbeitende ihre Arbeitszeiten frei einteilen können. Neben einer vergünstigten Sportabo, stellen wir Duschen zur Verfügung. Wir verfolgen eine aktive OpenDoorPolicy und haben daher immer ein offenes Ohr für unsere Mitarbeitenden. Mit Blick auf faire Arbeitsbedingungen besuchen wir regelmäßig unsere Produktionswerke und sind Teil der Fair Cobalt Alliance. Wir verfolgen die Strategie, die komplette Lieferkette zu screenen und arbeiten daran, nach und nach Zertifizierungen durch Dritte einzuholen, welche unsere Tätigkeiten überprüfen und bestätigen. Damit wollen wir sicherstellen, dass alle an SUSHI beteiligten Menschen fair behandelt werden. Ein Whistleblower-System steht allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Neuerungen im Nachhaltigkeitsmanagement werden stets mit den beteiligten Abteilungen besprochen und ausgearbeitet. Regelmäßig finden Updates mit allen Abteilungen statt. Wir verkaufen unsere Fahrräder nach Deutschland, Schweiz, Österreich und in die Niederlande. Die Sushi Mobility GmbH stellt lediglich in Deutschland Mitarbeitende an. Mit unserer Produktion in Portugal sind wir in engem Austausch. Diese bietet den Mitarbeitenden unter anderem Zahnprophylaxe, Ergo Coaching, regelmäßige Arbeitsplatzrotation, sowie Physiotherapie an. Wie bereits beschrieben, sehen wir die größten Risiken in Hinsicht auf Arbeitnehmerrechte bei der Beschaffung unserer Batterien bzw. deren Rohstoffe. Im Zusammenhang mit Lithium-Ionen Batterien sind wiederkehrende Verstöße gegen Arbeitnehmerrechte bekannt, insbesondere bei der Kobaltgewinnung. Deswegen ist uns unser Engagement in der Fair Cobalt Alliance besonders wichtig. Zielsetzungen sind im Rahmen dieses Nachhaltigkeitsberichts entstanden. Deshalb kann in diesem Bericht nur über den Status Quo berichtet werden und über die geplanten Ziele. Alle direkt bei SUSHI BIKES beschäftigten Mitarbeitende genießen alle Arbeitnehmerrechte in Deutschland und damit hohe Standards. Durch einen Code of Conduct für Lieferanten und Vertragspassagen wollen wir hohe Arbeitnehmer:innenrechte für alle Menschen sichern, die am Bau eines SUSHI BIKES beteiligt sind. Der Code of Conduct für Lieferanten soll 2024 erarbeitet werden. 2028 sollen 95% der Vertragspartner den Code of Conduct unterschrieben haben und keine neuen Vertragspartner aufgenommen werden, die den Code of Conduct nicht unterschrieben haben. Inhalte des Code of Conducts werden unter anderem Abeitnehmer:innenrechte, sowie das Verbot von Kinderarbeit sein. Darüber hinaus existieren bis jetzt keine konkreten Zielsetzungen.

15. CHANCENGERECHTIGKEIT

Keine Form der Diskriminierung wird von uns geduldet. Chancengerechtigkeit bei SUSHI BIKES ist elementar für unser Unternehmen. Wir bei SUSHI BIKES wissen, dass wir nur im Team erfolgreich, kreativ und innovativ sein können. Für unser Team suchen wir also Personen, die Lust haben, die Mobilitätsbranche zu revolutionieren. Dabei ist es uns wichtig, dass sich alle Personen angesprochen und wertgeschätzt fühlen und wir ohne Vorurteile zusammenarbeiten. Unabhängig von der nationalen oder sozialen Herkunft, der Hautfarbe, dem Geschlecht, der Identität, der Religion, der sexuellen Orientierung, körperlichen Fähigkeiten oder anderen Merkmalen. Jede Stellenausschreibung enthält eine Passage, die diese Auffassung nochmal wiedergibt. Unternehmensweit ist unsere Mitarbeiterinnenquote 47%, in der erweiterten Führungsebene 50%. Zukünftig würden wir gerne mit Werkstätten für Menschen mit Behinderung kooperieren und uns weiter in diesem Bereich engagieren. Des Weiteren unterstützt SUSHI BIKES flexible Arbeitszeitmodelle sowie HomeOffice. Aufgrund unserer Unternehmensgröße unterliegen wir keinen gesetzlichen Vorgaben im Bezug auf Chancengerechtigkeit und haben in diesem Bereich keine quantifizierten Zielsetzungen. Deshalb kann auch nicht über die Erreichung oder Verfehlung von Zielen berichtet werden. Generell beabsichtigen wir unter den Mitarbeitenden eine gleichmäßige Verteilung beizubehalten.

16. QUALIFIZIERUNG

Innerhalb der Firma wird ein intensiver Wissensaustausch gelebt. Regelmäßig geben Mitarbeitende einen Einblick in ihre Aufgaben und teilen ihr Wissen mit der Belegschaft. Regelmäßig finden Workshops statt, um partizipativ Dinge wie Unternehmensphilosophie und Richtlinien zu entwickeln. Viele Elemente der Nachhaltigkeitsstrategie sind in Zusammenarbeit mehrerer Abteilungen entstanden, um Wissen zu teilen und auf bestehendes Wissen zurückzugreifen. Auf unserer Knowledge Plattform teilen Mitarbeitende ihr Wissen mit allen. Ziel ist es, das volle Potential jedes Mitarbeitenden auszuschöpfen und zu fördern. Für alle Vollzeitangestellten steht außerdem ein Persönlichkeitscoaching zur Verfügung. Diese erstellt Persönlichkeitsprofile, die einen rücksichtsvollen Umgang miteinander erlauben. Als junges Unternehmen mit einer jungen Belegschaft geben wir Talenten eine Plattform, auf der sie sich entwickeln können. Mitarbeitende bekommen früh die Möglichkeit, eigenverantwortlich Projekte zu entwickeln und umzusetzen. Bislang wurden keine quantifizierbaren Ziele für Qualifizierung definiert. Mit einem durchschnittlichen Alter der Mitarbeitenden von knapp 30 Jahren besteht kein wesentliches Risiko mit Hinblick auf die demografische Entwicklung. Als attraktiver Arbeitgeber gelingt es SUSHI BIKES qualifizierte Mitarbeitende anzustellen und zu fördern. Die jungen Mitarbeitenden werden von den erfahrenen Mitarbeitenden angeleitet und geschult. Bei Bedarf haben Mitarbeitende die Möglichkeit an externen Fortbildungen teilzunehemen. Es gibt kein quantifiziertes Ziel für Fortbildungsmaßnahmen, diese sollen aber generell verstärkt werden. Im Bezug auf Qualifizierung ergeben sich keine wesentlichen Risiken für unsere Geschäftstätigkeit. Wir sind von demografischen Risiken weitgehend unbetroffen. Es herrscht ein hoher Wissenstand unter den Mitarbeitenden, der geteilt wird und Mitarbeitende haben bei Bedarf die Möglichkeit bei Fortbildungen teilzunehmen.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator GRI SRS4039: Arbeitsbedingte Verletzungen
Leistungsindikator GRI SRS40310: Arbeitsbedingte Erkrankungen

Im Berichtsjahr 2022 gab es am Standort in München keine arbeitsbedingten Verletzungen oder Erkrankungen.

Leistungsindikator GRI SRS4034: Mitarbeiterbeteiligung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Aufgrund unserer Größe gibt es keine Mitarbeiter, die speziell für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz verantwortlich sind. Ein dediziertes Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gibt es derzeit nicht.

Leistungsindikator GRI SRS4041 (siehe G4LA9): Stundenzahl der Aus und Weiterbildungen

Im Berichtsjahr erhielten Mitarbeitende 23h/Monat Coaching. Dies gilt nur für Vollzeitangestellte. Alle Vollzeitangestellten erhielten gleich viel Coaching, unabhängig von Geschlecht oder Position. Eine genauere Aufschlüsselung ist derzeit nicht möglich und nicht geplant.

Leistungsindikator GRI SRS4051: Diversität

Stand 12.10.2023	
Geschäftsführung	100% männlich
Erweiterte Geschäftsführung	50% Mitarbeiterinnenquote
Gesamt	47% Mitarbeiterinnenquote
Unter 30 Jahre	20
30–50 Jahre	14
Über 50 Jahre	0

Leistungsindikator GRI SRS4061: Diskriminierungsvorfälle

Im Berichtszeitraum sind keine diskriminierende Vorfälle bekannt.

17. MENSCHENRECHTE

Die Achtung von Menschenrechten ist für SUSHI BIKES eine Selbstverständlichkeit. Deshalb ist eines der zentralen Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie, bis 2028 ein Bike mit nachweislich kinderarbeitsfreien Materialien zu bauen. Mit einer globalen Lieferkette sehen wir es als unsere Pflicht, unsere Lieferkette auf Menschenrechtsmissachtungen zu untersuchen und diese zu unterbinden und zu verbieten. Insbesondere in Bezug auf die Batterie ist dies eine Herausforderung, da hier immer wieder menschenrechtswidrige Arbeitsumstände, vor allem bei der Förderung von Rohstoffen, bekannt werden. Mit einem Code of Conduct für Lieferanten wollen wir uns hier zukünftig bei den Herstellern versichern, dass unsere im Bike verwendeten Materialien kinderarbeitsfrei sind. Des Weiteren bemühen wir uns um weitere Zertifizierungen wie den UN Global Compact und engagieren uns weiterhin in der Fair Cobalt Alliance. Unser Standort in München sowie Produzenten und Zulieferer in Europa unterliegen strengen gesetzlichen Richtlinien und arbeiten selbstverständlich kinderarbeitsfrei. Hervorzuheben ist unser Produzent in Portugal, der außerordentliches Engagement für seine Mitarbeitenden, wie Zahnprophylaxe und Physiotherapie, vorweisen kann. Für das aktuelle Berichtsjahr sind keine Ziele veröffentlicht worden. Risiken für Menschenrechtsverstöße in unserer Lieferkette sehen wir vor allem bei den Elektronikkomponenten und der Batterie. Die zugrundeliegenden Lieferketten sind besonders lang und komplex und besonders bei der Förderung von seltenen Erden Menschenrechtsmissachtungen bekannt. Wir versuchen diese Risiken durch eine hohe europäische Fertigungstiefe und Verträge weiterhin zu minimieren. Durch unser Engagement in der Fair Cobalt Alliance engagieren wir uns für faire Kobaltförderung im Kongo. Fehlender Fortschritt der Verbesserung der Arbeitsverhältnisse vor Ort und insbesondere die Vermischung der Rohstoffe sind Gründe für unser Engagement in der Fair Cobalt Alliance. So können wir direkt die Arbeitsbedingungen der Menschen vor Ort verbessern. Zielsetzungen sind im Rahmen dieses Nachhaltigkeitsberichts entstanden. Deshalb kann in diesem Bericht nur über den Status Quo berichtet werden und über die geplanten Ziele, nicht aber über bereits erreichte oder verfehlte Ziele. Der Wechsel zum portugiesischen Produzenten ist aber, teilweise, durch die Verbesserung der Arbeitsplatzqualität motiviert worden.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu dem Kriterium 17

Leistungsindikator GRI SRS4123: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Investitionsvereinbarungen

Es bestehen keine Investitionsvereinbarungen.

Leistungsindikator GRI SRS4121: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Betriebsstätten

Eine Prüfung am Standort München ist nicht nötig. Hier befinden sich alle Mitarbeitende und der Sitz der SUSHI Mobility GmbH. Alle deutschen Arbeitsrechtvortschriften werden selbstverständlich eingehalten und, unter anderem, über Sozialversicherungsprüfungen regelmäßig extern geprüft. Die Einhaltung der Menschenrechte ist selbstverständlich für die SUSHI Mobility GmbH.

Leistungsindikator GRI SRS4141: Auf soziale Aspekte geprüfte, neue Lieferanten

Bislang wurden keine neuen Lieferanten auf soziale Aspekte geprüft. Im Rahmen der Einführung des Code of Conduct werden neue sowie bestehende Geschäftsbeziehungen geprüft und wo möglich der Code of Conduct nachträglich unterschrieben oder die Geschäftsbeziehung nicht eingegangen.

Leistungsindikator GRI SRS4142: Soziale Auswirkungen in der Lieferkette

Im Berichtsjahr sind keine Fälle bekannt. Eine Prüfung ist im folgenden Berichtsjahr vorgesehen. Der portugiesische Produzent und der deutsche Fachhändler wurden mit einem standardisierten Fragebogen auf soziale Auswirkungen überprüft. Es sind keine negativen sozialen Auswirkungen übermittelt worden. Es sind weitere Prüfungen geplant oder laufen bereits.

18. GEMEINWESEN

Bislang engagieren wir uns nur in kleinem Maß über unsere Geschäftstätigkeit hinaus. Hervorzuheben sind Fahrradspenden. Ein verstärktes gemeinschaftliches Engagement ist aber zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie und für das laufende sowie zukünftige Jahre geplant. Insbesondere Fahrradspenden für wohltätige Zwecke, nachhaltige Firmenevents, Kooperationen mit Werkstätten für Menschen mit Behinderung sind hier konkrete Ziele. Mit regelmäßigen Community Rides animieren wir potenzielle Kunden umweltfreundlichere Mobilität, wie SUSHI BIKES, zu nutzen.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu dem Kriterium 18

Leistungsindikator GRI SRS2011: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Alle diesen Punkt betreffenden Informationen können Sie dem Unternehmensregister entnehmen.

19. POLITISCHE EINFLUSSNAHME

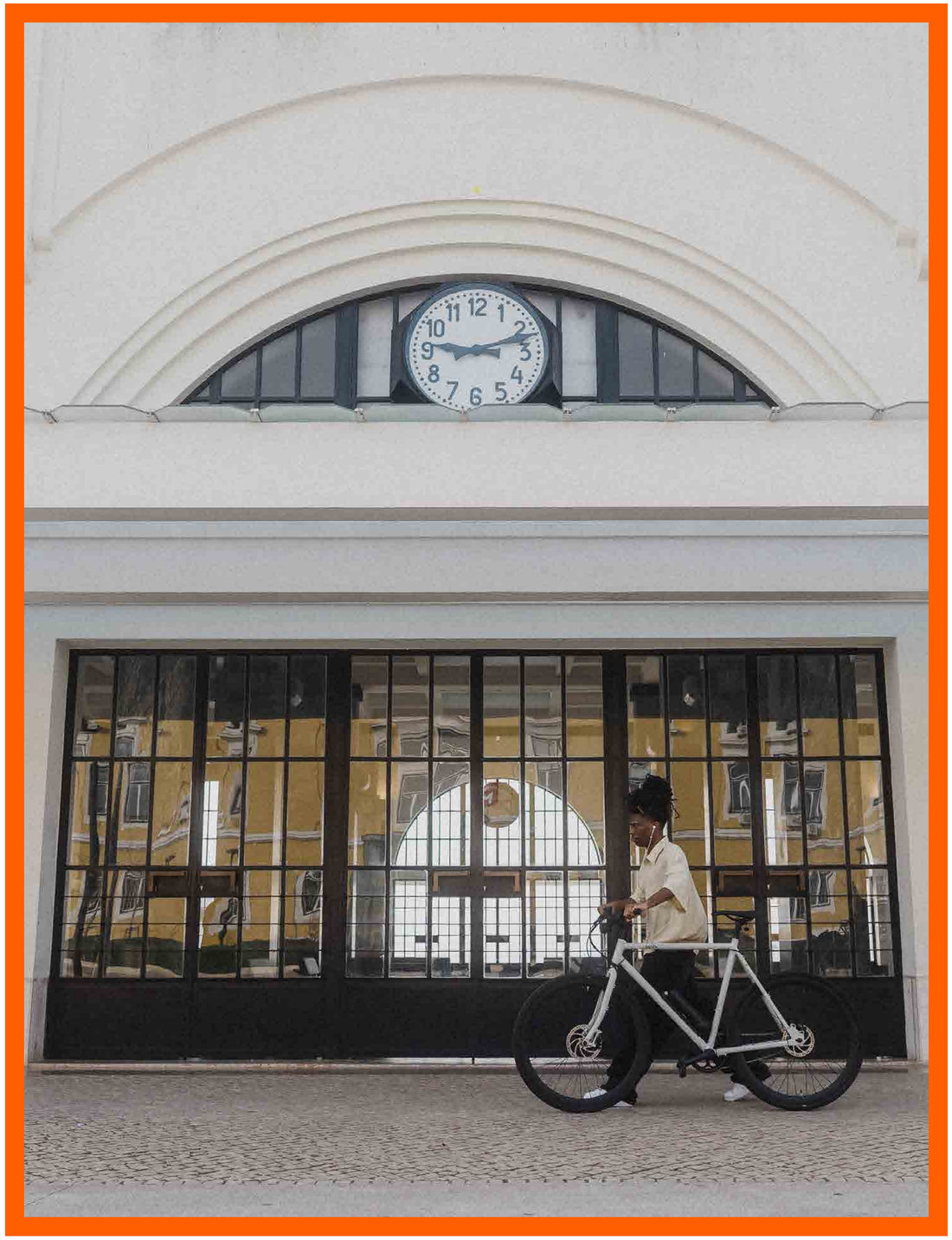
SUSHI BIKES ist Unterzeichner und damit Mitglied der Bike Charta. Seit 1996 gibt es den BIKEBRAINPOOL, einen Think Tank von engagierten und namhaften Vertreter:innen der Fahrradbranche. Ziel ist es, das Fahrradfahren zu fördern. Im Oktober 2021 verabschiedeten 22 Unternehmen die Bike Charta, der Corporate Social Responsibility Aktionsplan für nachhaltiges Wirtschaften in der Fahrradbranche. Die 18 Themenbereiche der Charta umfassen beispielsweise Produktion, Standort, soziale Relevanz und strategisches CSR Management. Zudem werden 110 konkrete Handlungsmöglichkeiten vorgeschlagen, wie diese Ziele erreicht werden können. Seit November 2022 ist auch SUSHI BIKES Teil der Bike Charta. Wir haben uns mit der Unterzeichnung dazu verpflichtet, im kommenden Jahr mindestens zwei konkrete Projekte zur Förderung des Umweltschutzes und der sozialen Gerechtigkeit umzusetzen. Der Fortschritt wird nach einem Jahr extern geprüft. SUSHI BIKES ist anderweitig nicht politisch aktiv und spendet auch nicht an politische Parteien.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu dem Kriterium 19

Leistungsindikator GRI SRS4151: Parteispenden

SUSHI BIKES ist politisch neutral und hat an keine Parteien gespendet.



20. GESETZES & RICHTLINIEN-KONFORMES VERHALTEN

Richtlinien zu rechtswidrigem Verhalten finden sich bei uns in erster Linie in den Arbeitsverträgen. Mitarbeitende werden des Weiteren beim Onboarding und über das Intranet regelmäßig geschult. Außerdem sind auf einer Compliance Plattform regelmäßig Trainings durchzuführen. Jedem Mitarbeitenden steht ein Whistleblower-System zur Verfügung, um auf Missstände niedrigschwellig und ohne Konsequenzen hinweisen zu können. Verträge durchlaufen stets eine Prüfung durch die Finanzabteilung. Zukünftig wollen wir zudem mit einem internen Code of Conduct und Trainings das Bewusstsein der Mitarbeitenden schärfen. Maßgeblich für das Thema Compliance ist neben HR unsere Geschäftsführung verantwortlich. Bisher sind keine Vorfälle zu Compliance-Verstößen oder Korruption bekannt. Dies wollen wir selbstverständlich beibehalten und wollen das Thema stärker in den Mittelpunkt stellen. Von den bestehenden Geschäftsbeziehungen geht ein niedriges Risiko für ComplianceVerstöße und Korruption aus. Die Geschäftspartner sind in Europa und damit strengeren gesetzlichen Vorschriften ausgesetzt. Wenn man die Lieferkette jedoch tief verfolgt, sind vor allem Risiken bei der Rohstoffgewinnung für die Elektronikteile bekannt. Durch Einsatz von standardisierten Elektronikteilen und Batteriezellen großer Hersteller sehen wir hier ein geringeres Risiko, können Verstöße jedoch nicht völlig ausschließen. Künftig wollen wir uns durch einen Code of Conduct für Lieferanten zusätzlich versichern und das Bewusstsein unserer Geschäftspartner schärfen. Im Bereich Compliance wurden keine konkreten Ziele definiert, deshalb kann in diesem Bericht nicht über die Erreichung oder Verfehlung von Zielen berichtet werden. Der Code of Conduct für Lieferanten wird unter anderem auch ComplianceVorschriften enthalten. Bis 2028 sollen 95% der Vertragspartner den Code of Conduct unterschrieben haben und keine neuen Vertragspartner mehr aufgenommen werden, die diesen nicht unterschreiben.

LEISTUNGS-INDIKATOREN

zu dem Kriterium 20

Leistungsindikator GRI SRS2051: Auf Korruptionsrisiken geprüfte Betriebsstätten

Bislang wurden keine Betriebsstätten auf Korruptionsrisiken geprüft. Dies ist auch nicht über fest definierte Prozesse geplant. Künftig sollen Code of Conducts für Mitarbeitende und Lieferanten zur Verhinderung von Korruption beitragen.

Leistungsindikator GRI SRS2053: Korruptionsvorfälle

Für das Berichtsjahr liegen keine Korruptionsvorfälle vor.

Leistungsindikator GRI SRS4191: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

Im Berichtsjahr wurden keine Bußgelder oder nichtmonetäre Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Gesetzen oder Vorschriften verhängt.

ÜBERSICHT DER GRI-INDIKATOREN IN DER DNK-ERKLÄRUNG

In dieser DNK-Erklärung wurde nach dem „comply or explain“ Prinzip zu den nachfolgend aufgeführten GRI-Indikatoren berichtet. Dieses Dokument verweist auf die GRI-Standards 2016, sofern in der Tabelle nicht anders vermerkt.

Bereiche	DNK-Kriterien	GRI SRS Indikatoren
STRATEGIE	1. Strategische Analyse und Maßnahmen 2. Wesentlichkeit 3. Ziele 4. Tiefe der Wertschöpfungskette	
PROZESS-MANAGEMENT	5. Verantwortung 6. Regeln und Prozesse 7. Kontrolle	GRI SRS 102-16
	8. Anreizsysteme	GRI SRS 102-35 GRI SRS 102-38
	9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	GRI SRS 102-44
	10. Innovations- und Produktmanagement	G4-FS11
UMWELT	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	GRI SRS 301-1
	12. Ressourcenmanagement	GRI SRS 302-1 GRI SRS 302-4 GRI SRS 303-3 (2018) GRI SRS 306-3 (2020)*
	13. Klimarelevante Emissionen	GRI SRS 305-1 GRI SRS 305-2 GRI SRS 305-3 GRI SRS 305-5
GESELLSCHAFT	14. Arbeitnehmerrechte	GRI SRS 403-4 (2018)
	15. Chancengerechtigkeit	GRI SRS 403-9 (2018)
	16. Qualifizierung	GRI SRS 403-10 (2018) GRI SRS 404-1 GRI SRS 405-1 GRI SRS 406-1
	17. Menschenrechte	GRI SRS 412-3 GRI SRS 412-1 GRI SRS 414-1 GRI SRS 414-2
	18. Gemeinwesen	GRI SRS 201-1
	19. Politische Einflussnahme	GRI SRS 415-1
	20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	GRI SRS 205-1 GRI SRS 205-3 GRI SRS 419-1

*GRI hat GRI SRS 306 (Abfall) angepasst. Die überarbeitete Version tritt zum 01.01.2022 in Kraft. Im Zuge dessen hat sich für die Berichterstattung zu angefallenen Abfall die Nummerierung von 306-2 zu 306-3 geändert.

NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022

sushi

BIKES