

RENAULT PRÄSENTIERT NEUE CSR-STRATEGIE – GESELLSCHAFTLICHE UND SOZIALE VERANTWORTUNG IM FOKUS

Auf ihrer Hauptversammlung am 23. April hat die Renault Group ihre neue CSR-Strategie (CSR = Corporate Social Responsibility) vorgestellt. Sie ist Teil des Strategieplans Renaulution und fußt auf drei Säulen: Ökologischer Wandel, Sicherheit von Kunden und Mitarbeitern sowie Inklusion. Mit klar definierten Zielen und konkreten Aktionsplänen will das Unternehmen seine gesellschaftliche und soziale Verantwortung weiter stärken.

"Unsere ökologische und gesellschaftliche Verantwortung ist ein wichtiger Teil der Renaulution. Das Bekenntnis zur Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks, zur Sicherheit unserer Kunden und Mitarbeiter sowie zur Inklusion entspricht unseren strategischen Herausforderungen und schafft Wert. Der Aktionsplan wurde gemeinsam mit Mitarbeitern entwickelt und entspricht unseren Werten Innovation und Solidarität. Unsere damit verbundenen Verpflichtungen entsprechen unserem Purpose und tragen gleichzeitig zur Transformation des Unternehmens bei", sagt **Luca de Meo**, CEO der Renault Group.

Um die neue CSR-Strategie im Unternehmen fest zu verankern und konkret umzusetzen, bildet Renault ein neues CSR-Strategie-Exekutivkomitee mit hochrangigen Vertretern der wichtigsten Funktionsbereiche des Unternehmens: Industrie, Einkauf, Engineering und Personalwesen. Alle Entscheidungen werden dem CSR-Komitee des Board of Directors unter dem Vorsitz des Verwaltungsratsvorsitzenden Jean-Dominique Senard vorgelegt und von diesem genehmigt.

Ökologischer Wandel als integraler Bestandteil der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen will den Anteil der elektrifizierten Fahrzeuge der Marke Renault in Europa bis 2025 auf 65 Prozent und bis 2030 auf 90 Prozent der Verkäufe steigern. Darüber hinaus strebt die Renault Group CO₂-Neutralität in Europa bis 2040 und weltweit bis 2050 an.

Seit 2005 bekennt sich Renault dazu, den ökologischen Fußabdruck der Fahrzeuge über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu reduzieren. Zu den neuen Initiativen für den ökologischen Übergang gehören:

- Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks in der **Beschaffung**. Bis 2030 will der Konzern den mit der **Beschaffung verbundenen CO₂-Fußabdruck um 30 Prozent reduzieren** (CO₂ pro kg Material). Dabei fokussiert sich das Unternehmen auf sechs Schwerpunkte, die derzeit 90 Prozent des CO₂-Fußabdrucks in der Beschaffung ausmachen: Stahl, Aluminium, Polymere, Elektronik, Reifen und Glas. CO₂-Preise sollen das gesamte Ökosystem zu einer nachhaltigeren Produktion überführen.
- Der künftige **R5** wird in Frankreich mit kohlenstofffreier Energie gefertigt und wird mit **nachhaltigen Batterien** ausgestattet, die einen um **mindestens 20 Prozent reduzierten CO₂-Fußabdruck** aufweisen (im Vergleich zum ZOE im Jahr 2020). Über dieses Ziel hinaus will das Unternehmen die verantwortungsvolle

und nachhaltige Versorgung mit Rohstoffen sicherstellen. Dazu dient auch eine Partnerschaft mit Veolia und Solvay für das Recycling von Metallen (Kobalt, Nickel, Lithium, etc.).

- In der **Produktion** will die Renault Group die **Emissionen ihrer Anlagen weltweit um 50 Prozent verringern** (im Vergleich zu 2019). Dazu wird das Unternehmen 20 Millionen Euro in seine Werke investieren und dadurch bis zu 90 Millionen Euro einsparen (durch niedrigere Energierechnungen und vermiedene Strafen für erhöhte Emissionen). Die in Frankreich im „**Elektro-Nordpol**“ zusammengefassten Produktionsanlagen werden bis **2025 klimaneutral** sein, die übrigen Anlagen in Europa bis 2030.
- Die **Demontage** von Fahrzeugen und das Recycling von Teilen - einschließlich Batterien - in der Re-Factory in Flins und in den Tochtergesellschaften von Renault Environment werden **bis 2030 einen Umsatz von mehr als 1 Milliarde Euro erzielen**.

Sicherheit als zweite Säule der CSR-Strategie – Kunden und Mitarbeiter

Zur **Senkung der Verkehrsunfälle** wird sich die Renault Group verstärkt in zwei Bereichen engagieren: Unfallvermeidung und Unterstützung von Rettungsdiensten.

Dazu entwickelt Renault ein präventives Sicherheitsprogramm mit drei Schwerpunkten im Bereich Fahrzeugtechnik:

- **Erkennen:** Der "Safety Score" analysiert mit Hilfe von Sensoren Fahrdaten, um ein sichereres Fahren zu unterstützen.
- **Leiten:** Der "Safety Coach" verarbeitet Straßen- und Verkehrsdaten, um den Fahrer über potenzielle Verkehrsrissen zu informieren – inklusive Echtzeitwarnungen zu gefährlichen Bereichen.
- **Handeln:** Im Fall einer gefährlichen Fahrsituation kann der „Safe Guardian“ das Fahrzeug automatisch abbremsen und in einen sicheren Fahrmodus zurückführen.

Ab 2022 wird der Megane-E mit einem automatischen Geschwindigkeitsbegrenzer ausgestattet sein, der die Höchstgeschwindigkeit des Fahrzeugs auf 180 km/h begrenzt.

Darüber hinaus erhalten die künftigen Fahrzeuge der Renault Group zwei Innovationen mit dem Ziel, die Reaktionszeit bei Notfällen zu verkürzen und den Rettungskräften im Falle eines Unfalls einen einfachen Zugang zum Fahrzeug zu ermöglichen:

- Der "Fire-fighter access" hilft der Feuerwehr beim Löschen von unfallbedingten Batteriebränden in Elektrofahrzeugen und Hybridmodellen. Dieser vereinfachte Zugang zu den Akkus reduziert die Reaktionszeit auf nur wenige Minuten. Der „Fire-fighter access“ ist heute bereits bei reinen Elektrofahrzeugen vorhanden und wird künftig auf alle elektrifizierten Fahrzeuge erweitert.
- Der "Rescue Code" (QR-Code) hilft Ersthelfern, ein Fahrzeug zu identifizieren, auf strukturelle Informationen zuzugreifen und im Falle eines schweren Unfalls die Rettungszeit um etwa 15 Minuten zu reduzieren.

Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter

Die Renault Group engagiert sich für eine größtmögliche Sicherheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Arbeitsplatz. Dazu zählen drei Schwerpunkte:

- Null arbeitsbedingte Unfälle und Krankheiten
- Gesundheit für alle: optimale Gesundheitsvorsorge für alle Mitarbeiter weltweit
- Prävention: Dazu werden zwei Gesundheitskampagnen erarbeitet, von denen die erste 2021 startet. Im Fokus der beiden Kampagnen stehen Krebs bei Frauen und Herz-Kreislauf-Erkrankungen.

Inklusion: Qualifikation, Gleichstellung, Solidarität

Elektrisch, konnektiv, vernetzt – für das Auto von morgen werden neue Kompetenzen benötigt. Angesichts der Veränderungen in der gesamten Branche stützt sich die Inklusionspolitik des Unternehmens auf drei Säulen: Qualifikation, Gleichstellung und Solidarität.

Ein neu gegründetes **Bildungszentrum** wird sich auf das Erlernen neuer Fähigkeiten in den Bereichen Elektrifizierung, Datenmanagement, Analyse und Cybersicherheit sowie der Kreislaufwirtschaft konzentrieren. Die ReKnow University, die sich zunächst an Renault Mitarbeiter in Frankreich richtet, wird bis 2025 fast 40 Prozent der von diesen Veränderungen betroffenen Belegschaft weiterbilden. Das Programm wird schrittweise industrielle und akademische Partner einbeziehen.

Der Frauenanteil in der Belegschaft der Renault Group – heute: 25 Prozent - soll stark wachsen. Dazu werden folgende Initiativen gestartet:

- Förderung von Frauen in Führungspositionen (Führungsgremien, Top 4.000 und Top 11.000). In jeder dieser drei Kategorien soll der Frauenanteil bis 2030 auf 30 Prozent steigen, bis 2035 auf 35 Prozent und bis 2050 auf 50 Prozent.
- Reduzierung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles bis 2025 weltweit auf Null.
- Ausgewogenes Verhältnis zwischen den Geschlechtern bei Auszubildenden bis 2025.

Mobilität für alle: Mobilität kann entscheidend sein, um einen Arbeitsplatz zu bekommen, zu behalten oder sich fortzubilden. Aus diesem Grund fördert die Gruppe seit 2012 eine Partnerschaft mit Pôle Emploi (französische Agentur für Arbeitssuchende) und der Mikrokreditagentur Adie, um Arbeitslosen, die keinen Bankkredit aufnehmen können, ein neues Leasingfahrzeug zur Verfügung zu stellen. Das Ziel für 2025 ist es, die Zahl der Begünstigten zu verzehnfachen - von einigen Hundert auf einige Tausend.

Im Rahmen ihrer jüngsten Aufgaben unterstützen die Renault Stiftung (<https://group.renault.com/groupe/la-fondation-renault/>) und das weltweite Stiftungsnetzwerk auch Initiativen, die Arbeitslosen bei der Suche nach einem Arbeitsplatz helfen.

Ausführliche Informationen über die CSR-Strategie der Renault Group: <https://group.renault.com/en/our-commitments/our-environmental-and-societal-strategy/>

Alle Medieninformationen finden Sie unter: www.media.renault.at

Über Renault Group

Die Renault Gruppe steht an vorderster Front einer Mobilität, die sich neu erfindet. Um auch weiterhin ihren Kunden nachhaltige und innovative Mobilitätslösungen anbieten zu können, setzt Renault konsequent auf die Komplementarität seiner fünf Marken – Renault, Dacia-LADA, Alpine und Mobilize –, auf den weiteren Ausbau seiner Marktführerschaft bei Elektrofahrzeugen und seine einzigartige Allianz mit Nissan und Mitsubishi.

Das Unternehmen ist in mehr als 130 Ländern tätig, beschäftigt derzeit mehr als 180.000 Mitarbeiter und hat im Jahr 2020 2,95 Millionen Fahrzeuge verkauft. Bereit, die Herausforderungen auf der Straße und der Rennstrecke anzunehmen, hat sich der Konzern zu einer ehrgeizigen, wertschaffenden Transformation verpflichtet. Im Mittelpunkt steht dabei die Entwicklung neuer Technologien und Dienstleistungen sowie einer neuen Fahrzeugpalette, die noch wettbewerbsfähiger, ausgewogener und elektrifizierter ist. Im Einklang mit den ökologischen Herausforderungen strebt die Renault Gruppe bis 2050 die CO2-Neutralität in Europa an.

In Österreich ist Renault seit 1947 vertreten. Heute vermarktet und vertreibt die Renault Österreich GmbH die Marken Renault, Dacia und Alpine. Mit mehr als 24.300 neu zugelassenen Personenwagen und leichten Nutzfahrzeugen erreicht sie 2020 einen Marktanteil von 8,5 Prozent. Mit rund 2.560 Neuzulassungen der rein elektrisch angetriebenen Modelle ZOE, Kangoo Z.E. und Master Z.E. ist die Marke Renault zudem Österreichs zweitstärkster Anbieter von Elektrofahrzeugen. Das Händlernetz der drei Marken wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile rund 171 Partnerbetriebe, die Autos und Dienstleistungen mit höchster Servicequalität anbieten.