

# goTOzero RETAIL Zertifizierung

Rahmenbedingungen & Methodik

2026

1. Vorwort	3
2. Die goTOzero RETAIL Zertifizierung	4
Struktur der goTOzero RETAIL Zertifizierung	5
Anpassungen	8
Zertifizierungsstufen	8
Zertifizierungsprozess und externes Audit	9
Kontrolle und Nichteinhaltung	10
3. Gründe für eine Zertifizierung	11
Vorbereitung auf regulatorische Anforderungen	11
Stärkung des Nachhaltigkeitsmanagements	12
Kombination der Zertifizierung mit ISO 14001	13
Kontakt	13

# 1. Vorwort

Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle im Volkswagen Konzern und wird im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie **regenerate+** umfassend definiert. Sie erstreckt sich über die vier Dimensionen Natur, unsere Mitarbeitenden, Gesellschaft und Geschäftstätigkeit:

Natur



Um der Gesellschaft und künftigen Generationen eine lebenswerte Zukunft zu ermöglichen, müssen wir über die bloße Vermeidung und Reduzierung von Emissionen hinausgehen. Der Volkswagen Konzern setzt sich dafür ein, einen positiven Beitrag für die Menschen und die Umwelt zu leisten.

Mitarbeitende



Die Stärke des Volkswagen Konzerns ist untrennbar mit den gemeinsamen Anstrengungen seiner Mitarbeitenden verbunden, die weltweit für uns tätig sind. Das bedeutet, dass wir unser ehrgeiziges Ziel einer umfassenden, nachhaltigen Transformation nur gemeinsam erreichen können. Dennoch ist es ein Weg, von dem alle profitieren werden.

Gesellschaft



Der Volkswagen Konzern trägt eine große Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, der Umwelt, unseren Mitarbeitenden und unseren Partnern. Daraus leiten wir unseren Anspruch ab, entlang der gesamten Wertschöpfungskette und darüber hinaus einen positiven Beitrag zu leisten.

Geschäftstätigkeit



Der ganzheitliche Ansatz von **regenerate+** beschleunigt die Geschäftsmodelle des Volkswagen Konzerns. Neue Geschäftsfelder, neue Produkte, Dienstleistungen und Finanzierungsmodelle liefern dafür die entscheidenden Impulse.

Das Nachhaltigkeitsverständnis des Volkswagen Konzerns umfasst die Achtung der Menschenrechte, den Schutz der Umwelt, ein ethischer und rechtskonformer Geschäftsbetrieb sowie die verantwortungsvolle Beschaffung von Rohstoffen. Mit diesen Verpflichtungen verfolgt der Konzern das Ziel, eine lebenswerte Zukunft für heutige und kommende Generationen mitzugestalten.

Das globale Handelsnetzwerk des Volkswagen Konzerns spielt eine wichtige Rolle in dieser Transformation. Der Verkehrssektor ist für einen erheblichen Anteil der weltweiten Treibhausgasemissionen verantwortlich, wobei der Straßenverkehr den größten Anteil ausmacht. Während das Fahrzeugdesign die Emissionen in der Nutzungsphase maßgeblich bestimmt, nehmen Automobilhändler auch eine Schlüsselrolle als Vermittler zwischen Herstellern und Kunden ein.

Darüber hinaus sind die Handelsbetriebe selbst Verursacher von Umwelteinflüssen, durch Gebäude, Fahrzeugflotten und Serviceaktivitäten. Indem Händler die Nachhaltigkeitsleistung ihrer eigenen Betriebe verbessern und als wichtigste Anlaufstelle für Automobilkunden den Übergang zu geringeren Emissionen in der Nutzungsphase unterstützen, können sie einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeitstransformation des Konzerns leisten.

Um das Handelsnetzwerk bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen und der Nachverfolgung der Leistung zu unterstützen, wurde das Projekt goTOzero RETAIL ins Leben gerufen, das eine Reihe von Instrumenten entwickelt hat. Eines davon ist die goTOzero RETAIL Zertifizierung, die rund 17.000 Handels- und Servicestandorte in etwa 150 Märkten erreichen soll.

## 2. Die goTOzero RETAIL Zertifizierung

Die goTOzero RETAIL Zertifizierung wurde ursprünglich im Rahmen des Umweltleitbilds goTOzero des Volkswagen Konzerns entworfen. Mit der Einführung der Nachhaltigkeitsstrategie **regenerate+** wurde der Umfang der Zertifizierung auf soziale und Governance-Aspekte erweitert. Heute bietet die Zertifizierung einen strukturierten Rahmen zur Bewertung von ESG-Praktiken an automobilen Handelsstandorten.

**Hinweis:** Die Zertifizierung bewertet die Nachhaltigkeitspraktiken der Handelsbetriebe. Sie bewertet nicht die Umweltleistung einzelner Fahrzeuge oder Produkte, die vom Händler verkauft werden.

## Eine Zertifizierung, zugeschnitten auf den Autohandel

Vor der Entwicklung der Zertifizierung wurde eine Marktanalyse bestehender Standards und Bewertungssysteme durchgeführt. Diese Analyse umfasste Umweltmanagementsysteme, Nachhaltigkeitsratings sowie Gebäudezertifizierungssysteme. Keiner dieser Ansätze adressierte die spezifischen Umweltauswirkungen und betrieblichen Besonderheiten des automobilen Handels jedoch in umfassender Weise.

Aus diesem Grund wurde die goTOzero RETAIL Zertifizierung als ein branchenspezifischer Ansatz entwickelt, der gezielt auf die Nachhaltigkeitsherausforderungen des automobilen Handels zugeschnitten ist. Bei der Gestaltung des Zertifizierungsrahmens wurden relevante Elemente aus den etablierten Ansätzen integriert – darunter Aspekte aus Managementsystemen (z. B. ISO 14001), ESG-Berichtsrahmenwerken (z. B. CSRD, GRI, SASB), ESG-Ratings der Finanzmärkte sowie Standards für nachhaltiges Bauen (z. B. LEED, BREEAM, DGNB). Auch Konzernrichtlinien des Volkswagen Konzerns wie die Group Essentials und der Code of Conduct für Geschäftspartner dienten als Referenz.

Der Entwicklungsprozess wurde von externen Expertinnen und Experten begleitet und umfasste unter anderem den Austausch mit zentralen Stakeholdern, um sicherzustellen, dass relevante Perspektiven berücksichtigt wurden. Dazu zählten interne Fachbereiche des Volkswagen Konzerns, Vertreterinnen und Vertreter der verschiedenen Volkswagen Marken, wichtiger Märkte und Importeure sowie vom Zertifizierungsprozess betroffene Automobilhändler. Rückmeldungen wurden über Workshops, regelmäßige Abstimmungsrunden und Pilotbewertungen ausgewählter Handelsbetriebe eingeholt.

Die gewonnenen Erkenntnisse flossen in die Weiterentwicklung der Methodik ein und wurden an die beteiligten Stakeholder zurückgesendet. Der daraus resultierende Rahmen wurde durch handelsspezifische Bewertungskriterien ergänzt, die unter anderem Bereiche wie Werkstattbetrieb, Kundeninteraktion und umweltrelevante Aspekte des Fahrzeugverkaufs abdecken.

## Struktur der goTOzero RETAIL Zertifizierung

Die Zertifizierung bewertet die Nachhaltigkeitsleistung entlang der drei ESG-Dimensionen Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Unternehmensführung (Governance).

Die Bewertungskriterien sind so gestaltet, dass sie die spezifischen Verantwortlichkeiten und Einflussbereiche von Automobilhändlern widerspiegeln und einen strukturierten Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung bieten.

Jede goTOzero RETAIL ESG-Dimension ist in bestimmte Handlungsfelder gegliedert, die sich wiederum aus mehreren Unterthemen zusammensetzen. Die Dimensionen sind unterschiedlich gewichtet, wobei Umwelt aufgrund des erheblichen Einflusses und der Wirkungsmöglichkeiten des Handels in diesem Bereich die höchste Bedeutung hat. Insgesamt werden bis zu 100 Anforderungen bewertet, wobei die genaue Anzahl je nach den spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Handelsbetriebs variiert.

Die folgende Tabelle stellt die drei Bewertungsdimensionen der Zertifizierung – Umwelt, Soziales und Governance (ESG) – zusammen mit den jeweiligen Handlungsfeldern, zugrunde liegenden Unterthemen, Gewichtungen und der Anzahl der Bewertungskriterien dar:

 <h1>ENVIRONMENT</h1> <h2>Gewichtung 60%   ~ 64 Anforderungen</h2>			
<p>Die Dimension Umwelt (Environment) konzentriert sich darauf, wie Händler ihre Umwelteinflüsse steuern. Im Hinblick auf die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Gebäuden, betrieblichen Abläufen und Fahrzeugflotten spielen Händler eine wichtige Rolle bei den Dekarbonisierungsmaßnahmen des Volkswagen Konzerns. Durch ihre direkte Verbindung zu den Kunden verfügen sie zudem über einen klaren Hebel, um nachhaltige Mobilität zu fördern und Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren.</p>			
Schwerpunkt	Unterthemen	Gewichtung	Anforderungen
E1   Allgemeines Umwelt-Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umweltstrategie</li> <li>– Organisatorische Umsetzung</li> <li>– Management von Umweltchancen und -risiken</li> <li>– Schulung und Kommunikation der Mitarbeitenden</li> <li>– Innovationsmanagement</li> <li>– Zielsetzung, Monitoring und Leistungsbewertung</li> <li>– Umweltbezogene Beschaffungsrichtlinie</li> </ul>	<b>35.0%</b>	<b>28</b>

E2   Gebäude, Betrieb & Grundstück	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energie und Klima</li> <li>- Wasser</li> <li>- Materialien, gefährliche Substanzen &amp; Abfall</li> <li>- Biodiversität</li> </ul>	21.0%	31
E3   Vertrieb & Kundeninteraktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkaufte Autos</li> <li>- Kundeninteraktion</li> </ul>	4.0%	5

# SOCIAL

Gewichtung 30% | ~ 32 Anforderungen

Die Dimension Soziales (Social) konzentriert sich darauf, wie Händler mit Menschen umgehen – mit Mitarbeitenden, Kunden sowie der Gesellschaft. Dieser Aspekt ist besonders wichtig, da Händler nicht nur Verkaufs- und Servicestandorte sind, sondern auch bedeutende lokale Arbeitgeber, Teil der jeweiligen Region sowie vertrauenswürdige Anlaufstellen für den direkten Kundenkontakt.

Schwerpunkt	Unterthemen	Gewichtung	Anforderungen
S1   Eigene Belegschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversität, Gleichbehandlung &amp; Inklusion</li> <li>- Gesundheit &amp; Sicherheit</li> <li>- Work-Life Balance</li> <li>- Faire Bezahlung</li> <li>- Beschäftigungssicherung</li> <li>- Training &amp; Weiterbildung</li> <li>- Vereinigungsfreiheit &amp; Arbeitsplatzdialog/Austausch am Arbeitsplatz</li> </ul>	15.0%	17
S2   Arbeitskräfte entlang der Wertschöpfungskette	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeitsrechte</li> <li>- Compliance-Management</li> </ul>	1.5%	2
S3   Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gesellschaftliches Engagement</li> <li>- Austausch mit Stakeholdern</li> <li>- Menschenrechte</li> </ul>	3.0%	3
S4   Kunden- und Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Product safety &amp; quality</li> <li>- Responsible marketing &amp; sales practices</li> <li>- Privacy &amp; data security</li> <li>- Accessibility of infrastructure &amp; services</li> </ul>	10.5%	10

# GOVERNANCE

Gewichtung 10% | ~ 5 Anforderungen

Die Governance-Dimension konzentriert sich darauf, wie Händler Integrität, Transparenz und Rechenschaftspflicht in ihren Geschäftstätigkeiten sicherstellen.

Schwerpunkt	Unterthemen	Gewichtung	Anforderungen
G1   Unternehmensethik	<ul style="list-style-type: none"><li>- Integritätsstandards</li><li>- Compliance-Management</li></ul>	6.0%	3
G2   Managementvergütung	<ul style="list-style-type: none"><li>- ESG-Kriterien in Anreizsystemen</li><li>- Grad der Vergütungsgleichheit</li></ul>	4.0%	2

## Anpassungen

Viele der Bewertungsanforderungen gelten für alle Händler. Dennoch sind einige Anforderungen nur in bestimmten Fällen relevant, zum Beispiel abhängig von den Geschäftsaktivitäten des Händlers (etwa Neufahrzeugverkauf oder Betrieb einer Lackiererei) sowie von den strukturellen Eigenschaften der Betriebsstätten (z. B. Art des Heizsystems). Um sowohl Genauigkeit als auch Effizienz sicherzustellen, wird der Anforderungskatalog individuell auf jeden Händler zugeschnitten und konzentriert sich ausschließlich auf die für seine Geschäftstätigkeit relevanten Anforderungen. Diese Relevanzprüfung basiert auf Informationen zum Geschäftsmodell des Händlers und zu den Standortbedingungen.

## Zertifizierungsstufen

Die im Rahmen der Zertifizierung bewerteten ESG-Kriterien unterscheiden sich in ihrer Komplexität und umfassen sowohl qualitative als auch quantitative Informationen. Während grundsätzlich für alle Anforderungen dieselbe Bewertungsskala angewendet wird, variieren der Detaillierungsgrad sowie der Automatisierungsgrad des Bewertungsprozesses je nach Art des Indikators.

Die Gewichtung der einzelnen Anforderungen spiegelt deren Bedeutung für die Nachhaltigkeitsleistung wider. Indikatoren, die die tatsächliche Umweltleistung messen –

wie etwa Energieverbrauch oder Treibhausgasemissionen –, werden höher gewichtet als solche, die lediglich das Vorhandensein von Richtlinien oder Managementmaßnahmen bewerten. Entsprechend wurde ein besonderer Fokus auf Umweltthemen mit dem höchsten potenziellen Einfluss gelegt.

Zusätzlich werden für Schlüsselindikatoren Mindestanforderungen festgelegt, um sicherzustellen, dass schwache Leistungen in kritischen Bereichen nicht durch gute Ergebnisse in weniger relevanten Kategorien ausgeglichen werden können.

Das gesamte ESG-Leistungsniveau ergibt sich aus den gewichteten Ergebnissen aller Anforderungen, die zusammen die Gesamtpunktzahl bilden. Auf Basis dieser Punktzahl können vier Zertifizierungsstufen erreicht werden: **Bronze, Silber, Gold und Platin.**



**35-49 Punkte**



**50-64 Punkte**



**65-79 Punkte**



**80-100 Punkte**

Um sich zu qualifizieren, müssen Einzelhändler nicht nur die erforderliche Gesamtpunktzahl erreichen, sondern auch in jeder der drei ESG-Dimensionen (Umwelt, Soziales und Governance) eine Mindestpunktzahl erzielen und ein CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel festlegen. Für die Platin-Stufe muss dieses Reduktionsziel mit dem 1,5-°C-Ziel des Pariser Abkommens im Einklang stehen. Händler, die den Mindestschwennwert von 35 Punkten nicht erreichen, erhalten kein Zertifikat, können sich jedoch jederzeit erneut bewerben.

## Zertifizierungsprozess und externes Audit

Wenn Händler eine Zertifizierung anstreben, durchlaufen sie einen mehrstufigen Prozess. Vorab kann eine Selbstbewertung (Self-Audit) durchgeführt werden, die direktes Feedback darüber gibt, welches Zertifizierungsniveau – sofern überhaupt – erreicht werden würde. Für die eigentliche Zertifizierung muss der Händler die Daten bereitstellen, die die Auditoren zur Überprüfung der ESG-Leistung benötigen.

Die tatsächliche Verifizierung dieser Informationen erfolgt anschließend im Rahmen eines Vor-Ort-Audits am jeweiligen Standort. Die Auditoren bewerten die erhobenen Informationen, und die daraus resultierende Punktzahl entscheidet über die Vergabe des Zertifikats sowie über die erreichte Zertifizierungsstufe.

Die Vor-Ort-Audits werden von unabhängigen und qualifizierten Auditoren durchgeführt. Alle Auditoren sind in anerkannten Managementsystemnormen wie ISO 14001 und ISO 9001 geschult und zertifiziert. Darüber hinaus absolvieren sie die verpflichtende webbasierte Schulung zur goTOzero RETAIL-Zertifizierung und prüfen alle relevanten Dokumente und Informationen, die im Group After Sales Net (GASnet), dem Volkswagen-Group-Wiki, verfügbar sind.

Zusätzlich erhalten die Auditoren eine spezifische Schulung zur goTOzero RETAIL-Methodik, um konsistente und vergleichbare Bewertungen in allen Märkten sicherzustellen. Dies erfolgt unter anderem durch die Durchführung von mindestens zwei Experience-Partner-Audits. Die Audits basieren auf einer standardisierten Methodik sowie dokumentierten Bewertungskriterien. Zudem sind die Auditoren unabhängig sowohl vom Eigentümer des Zertifizierungssystems als auch von den zu zertifizierenden Handelsbetrieben.

Die Zertifikate sind drei Jahre gültig; danach ist eine Rezertifizierung erforderlich. Einzelhändler, die ein höheres Zertifizierungsniveau anstreben, können auch vor Ablauf des Dreijahreszeitraums eine erneute Zertifizierung beantragen.

## Kontrolle und Nichteinhaltung

Die Einhaltung der Anforderungen der goTOzero RETAIL-Zertifizierung wird im Rahmen des Zertifizierungsaudits sowie des anschließenden Rezertifizierungsaudits überprüft. Darüber hinaus sind Verfahren zum Umgang mit Abweichungen von den Anforderungen des Zertifizierungssystems vorgesehen. Werden Abweichungen festgestellt, können Korrekturmaßnahmen innerhalb eines festgelegten Zeitraums erforderlich sein, der in der Regel vier Wochen beträgt.

Bei wesentlichen oder wiederholten Verstößen gegen die Zertifizierungsanforderungen kann das Zertifikat ausgesetzt oder entzogen werden. In solchen Fällen darf der Händler den Zertifizierungsstatus oder damit verbundene Kommunikationsmaterialien nicht weiter verwenden, bis die Einhaltung wiederhergestellt und überprüft wurde.

Der gesamte Eskalationsprozess für während des Vor-Ort-Audits festgestellte Abweichungen, wird im GAMS (Group Auditing Management System) dokumentiert und automatisch nachverfolgt, bis alle Korrekturmaßnahmen erfolgreich umgesetzt wurden.

## 3. Gründe für eine Zertifizierung

### Vorbereitung auf regulatorische Anforderungen

In den vergangenen Jahren hat die EU ihre Nachhaltigkeitsregulierungen deutlich ausgeweitet. Auch wenn der genaue Anwendungsbereich und der Zeitpunkt einiger Regelungen noch Gegenstand politischer Diskussionen sind, ist die grundsätzliche Richtung klar: **mehr Transparenz, strengere Berichtspflichten und umfassendere Sorgfaltspflichten.**

Drei Entwicklungen stechen dabei besonders hervor:

- **Berichterstattung und Transparenz:** Mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) sind große Unternehmen verpflichtet, detaillierte ESG-Daten offenzulegen.
- **Umweltstandards:** Die EU-Taxonomie sowie sektorspezifische Gesetzgebung (z. B. zu Energie, Abfall, Batterien, Altfahrzeugen usw.) definieren, was als nachhaltige Geschäftspraxis gilt.
- **Sorgfaltspflichten:** Unternehmen sind zunehmend verpflichtet, Umwelt- und Menschenrechtsrisiken in ihren Lieferketten zu identifizieren und zu mindern. Auch wenn Händler häufig nicht direkt vom Anwendungsbereich erfasst sind, werden die Anforderungen über Verträge, Audits und Datenanfragen von Herstellern und Finanzinstituten an sie weitergegeben.

Unabhängig davon, wie sich die aktuellen politischen Diskussionen entwickeln, ist davon auszugehen, dass die Erwartungen an Handelsbetriebe weiter steigen und nicht abnehmen werden. Während die EU in der Regulierung eine Vorreiterrolle einnimmt, **zeichnen sich ähnliche Entwicklungen weltweit ab.** Das bedeutet, dass das Händlernetzwerk des Volkswagen Konzerns in allen Regionen mit wachsenden

ESG-Erwartungen von Regulierungsbehörden, Investoren und Kunden konfrontiert sein dürfte.

## Stärkung des Nachhaltigkeitsmanagements

Die goTOzero RETAIL-Zertifizierung unterstützt Handelsbetriebe dabei, Nachhaltigkeitsthemen strukturiert anzugehen. Durch die Bewertung von Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken an den Handelsstandorten hilft die Zertifizierung, die Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern und das Vertrauen von Kunden, Mitarbeitenden und Partnern zu stärken:

✓ **Betriebliche Effizienz & Kosteneinsparungen**

Nachhaltigkeitsmaßnahmen können dazu beitragen, den Energie-, Abfall- und Ressourcenverbrauch zu reduzieren, was wiederum die operative Effizienz steigern und Kosteneinsparungen ermöglichen kann.

✓ **Vorbereitung auf regulatorische Anforderungen & CSRD-Einhaltung**

Händler, die Nachhaltigkeitspraktiken umsetzen, sind besser auf steigende Anforderungen von Regulierungsbehörden, OEMs und den Kapitalmärkten vorbereitet und können die CSRD-konforme Berichterstattung leichter durchführen.

✓ **Finanzielle Stabilität & Marktzugang**

Eine starke Nachhaltigkeitsleistung erleichtert den Zugang zu Finanzierungen und Versicherungen zu besseren Konditionen und stärkt zugleich die Position des Händlers bei Ausschreibungen und in OEM-Programmen.

✓ **Chancen- & Risikomanagement**

Ein strukturiertes Nachhaltigkeitsmanagement hilft dabei, nachhaltigkeitsbezogene Risiken frühzeitig zu identifizieren und zu adressieren und gleichzeitig Chancen für Innovationen und langfristige Wettbewerbsfähigkeit zu erkennen.

✓ **Vertrauen der Stakeholder**

Die Übernahme von Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitenden, Investoren und Partnern kann die Glaubwürdigkeit stärken und langfristige Beziehungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette unterstützen.

✓ **Arbeitgeberattraktivität**

Eine verantwortungsvolle und inklusive Unternehmenskultur verbessert die Fähigkeit, qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und langfristig zu binden – ein wichtiger Faktor im heutigen wettbewerbsintensiven Arbeitsmarkt.

✓ **Beitrag zur Mobilität der Zukunft**

Ein Engagement für Nachhaltigkeit ermöglicht es Händlern, zur fortlaufenden Transformation der Automobilindustrie hin zu nachhaltigeren Mobilitätslösungen beizutragen.

## Kombination der Zertifizierung mit ISO 14001

Die goTOzero RETAIL-Zertifizierung und die ISO 14001-Zertifizierung weisen viele Gemeinsamkeiten auf und beide unterstützen Automobilhändler dabei, ihre Umwelleistung auf lange Sicht zu verbessern. Die Flexibilität der goTOzero RETAIL-Zertifizierung wurde weiter optimiert, sodass Händler, die nach beiden Standards zertifiziert werden möchten, nun ein kombiniertes Audit durchführen können. Der ISO-14001-Standard für Umweltmanagementsysteme ist ähnlich aufgebaut wie der ISO-9001-Standard für Qualitätsmanagementsysteme. Viele Prozesse und Dokumentationsanforderungen können daher um Umweltaspekte erweitert werden. Dies reduziert den zusätzlichen Aufwand erheblich, sofern bereits eine ISO-9001-Zertifizierung vorliegt. Darüber hinaus erleichtert Volkswagen Automobilhändlern den Einstieg in die ISO-14001-Zertifizierung durch die Möglichkeit von Multisite-Zertifizierungen. Dabei fungieren die Importeure als zertifizierte Zentrale (Certificate Holder / Head Office) und stellen wesentliche Bestandteile des Umweltmanagementsystems (UMS) zentral zur Verfügung, die von den einzelnen Handelsbetrieben übernommen werden können. Zudem ist keine externe Zertifizierung jedes einzelnen Standorts erforderlich, was den Aufwand und die Kosten deutlich reduziert.

## Kontakt

Wenn Sie Fragen zur goTOzero RETAIL-Zertifizierung, zur Methodik oder zum Zertifizierungsprozess haben, wenden Sie sich bitte an:

Volkswagen Group

goTOzero RETAIL Core Team

Email: [florian.pauleit@volkswagen.de](mailto:florian.pauleit@volkswagen.de)

Weitere Informationen unter:

<https://www.volkswagen-group.com/de/gotozero-retail-18015>

Version: März 2026