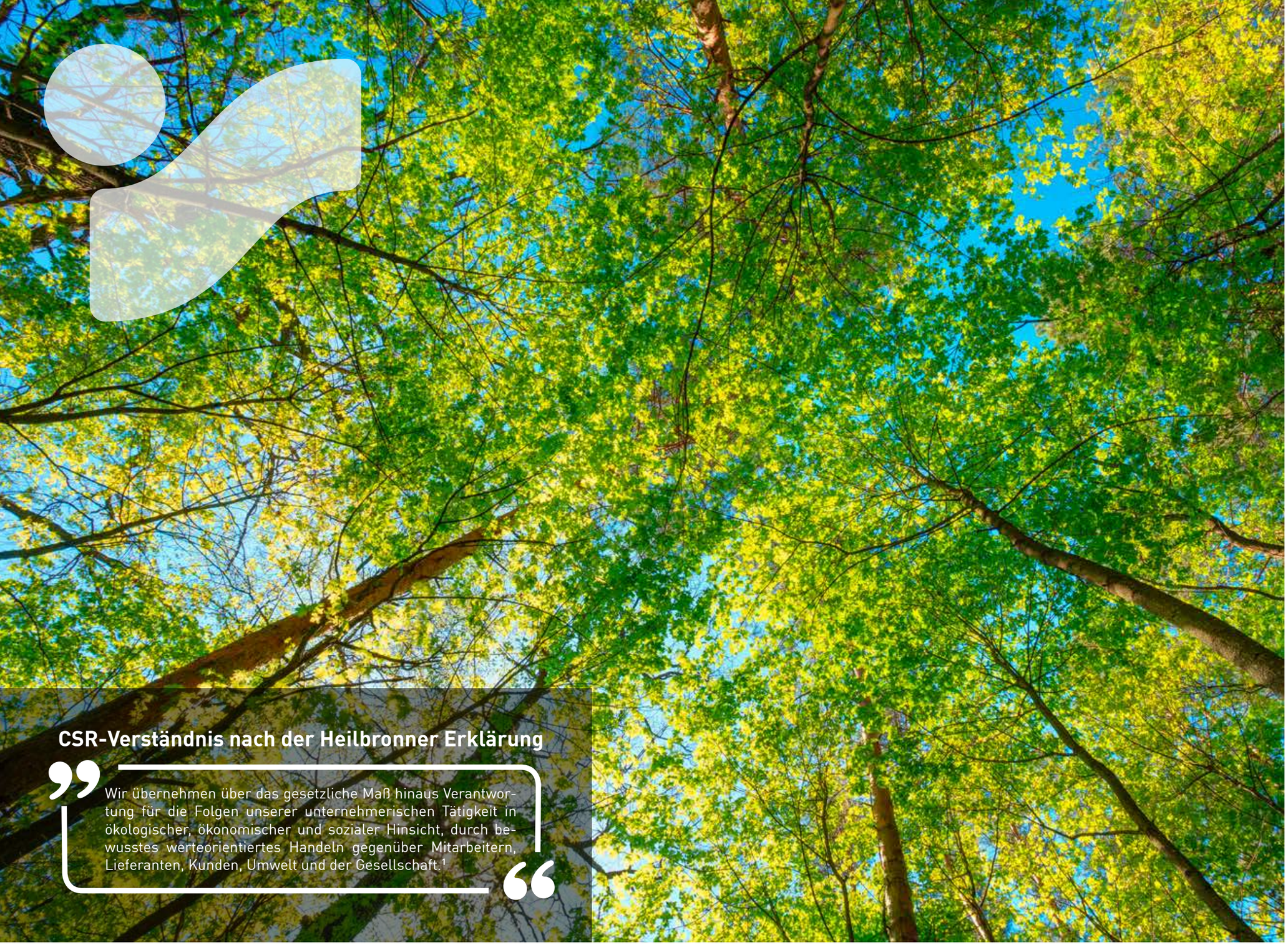
CSR-BERICHT
2018 | 2019

AUS LIEBE ZUM SPORT

INTERSPORT®



CSR-Verständnis nach der Heilbronner Erklärung

> Wir übernehmen über das gesetzliche Maß hinaus Verantwortung für die Folgen unserer unternehmerischen Tätigkeit in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht, durch bewusstes werteorientiertes Handeln gegenüber Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden, Umwelt und der Gesellschaft.[1]

Der vorliegende CSR-Bericht basiert auf der Unterzeichnung der Heilbronner Erklärung[2] am 12.09.2012 in Heilbronn und anschließender Prozesse mit den beteiligten Unternehmen und Institutionen.

VERÖFFENTLICHUNG:

November 2019

ERSTELLT DURCH:

Polymundo AG[3]:
Hannes Goth
Birgit Gündisch[4]
Prof. Dr. Christopher Stehr

INTERVIEWPARTNER DER INTERSPORT DEUTSCHLAND eG FÜR DIESEN BERICHT[5]:

Dr. Alexander von Preen
Vorstandsvorsitzender

Georgios Chatzopoulos
Senior Manager Qualitätssicherung / CSR-Beauftragter

Sabine Kühnle
Lieferantenmanagement, Betriebsrat

Andrea Larkens
Ressortleiterin Human Resources

Niko Lindauer
Teamleiter Marketing

Thomas Rank
Einkäufer Nicht-Handelsware

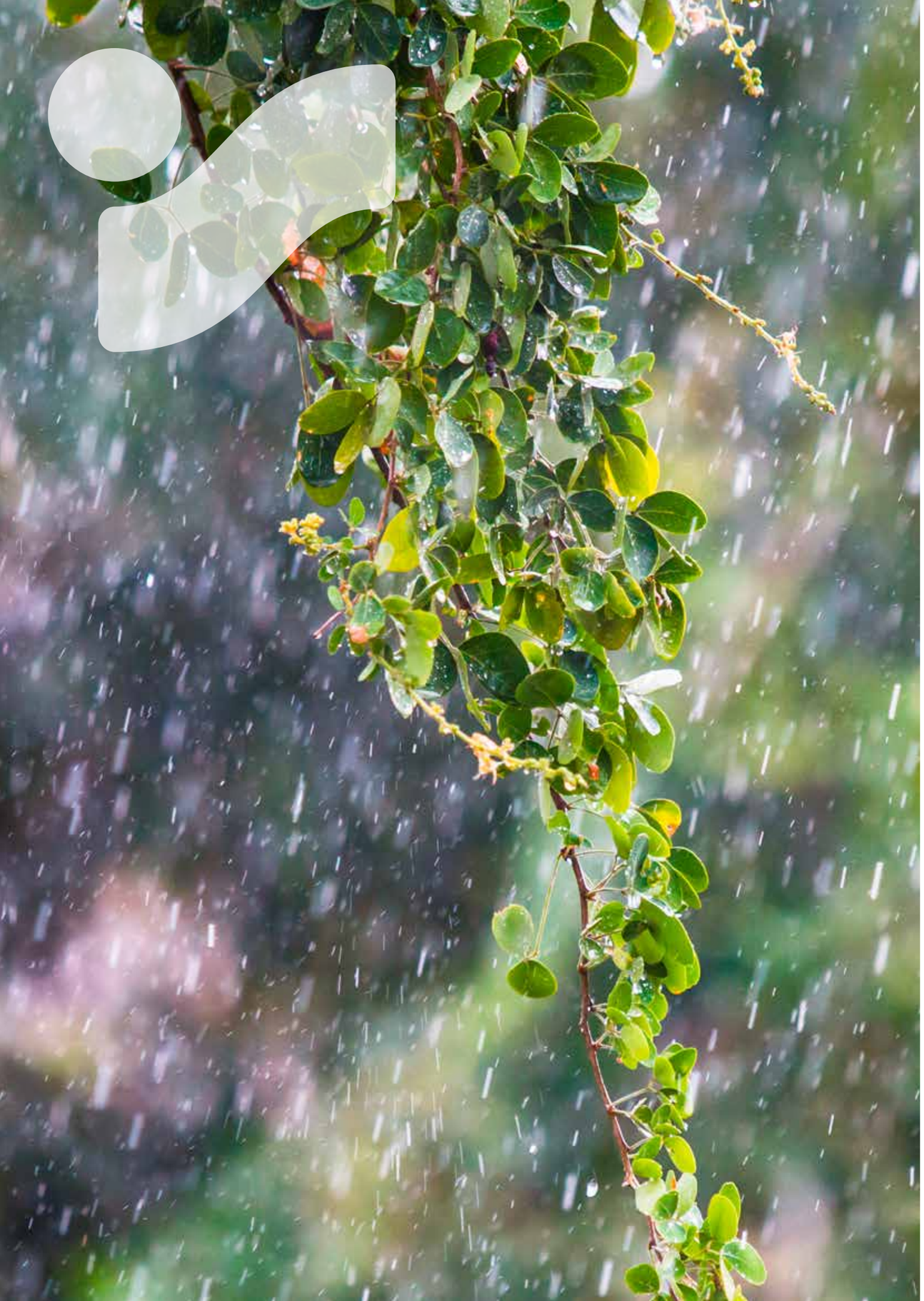
Stefan-Marcel Schlepp
Leiter Intra-Logistik

Michael Steinhauser
Leiter Unternehmenskommunikation

© 2018/2019

CSR-BERICHT 2018/2019

INTERSPORT Deutschland eG



ÜBER DIESEN BERICHT

Wir von INTERSPORT Deutschland haben uns freiwillig dazu entschlossen, unsere Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit aufzuzeigen und in Form dieses Berichtes möglichst transparent nach innen und außen zu kommunizieren. Bereits seit dem Jahr 2011 beschäftigen wir uns im Rahmen der Heilbronner Erklärung mit dem Thema Corporate Social Responsibility (CSR). Und seitdem versuchen wir, unser Denken und Handeln danach auszurichten. CSR steht dabei für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen und bezieht sich insbesondere auch auf ökologische und soziale Dimensionen. Mit der Unterzeichnung der Heilbronner Erklärung (siehe Anhang) im Jahr 2012 haben wir uns mit zehn weiteren Unternehmen aus der Region Heilbronn-Franken auf ein verantwortungsvolles und werteorientiertes Wirtschaften verständigt.[6]

Einen ersten Nachhaltigkeitsbericht haben wir im Mai 2015 veröffentlicht. Im September 2017 erfolgte die Veröffentlichung des Zweiten. Im zweijährigen Turnus reflektieren wir seither den Fortschritt unserer Entwicklungen und den Status Quo in Bezug auf unsere gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit. Wir verwenden dabei die Begriffe Nachhaltigkeit und CSR zum Teil synonym. Wir bedienen uns unternehmensinterner Informationen sowie externer Bewertungen und Analysen, um ein möglichst aussagekräftiges Bild unserer Entwicklungen aufzuzeigen. Im Rahmen von internen Experteninterviews wurden Mitarbeiter unterschiedlicher Fachbereiche der Heilbronner Zentrale zur ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit in ihren jeweiligen Abteilungen befragt. Die Inhalte dieser Interviews bilden gemeinsam mit internen Dokumenten und weiterführenden Recherchen die Basis des vorliegenden CSR-Berichtes. Vereinzelt werden direkte Zitate aus den Interviews ohne nähere Kennzeichnung verwendet. Die verwendeten Quellen finden sich am Ende des Berichtes in Form von Endnoten wieder. Diese sind für den interessierten Leser mit ergänzenden Informationen angereichert. Angegebene Zahlen, Daten und Fakten wurden bestmöglich recherchiert. Waren keine Messwerte verfügbar, beruhen die Kennzahlen auf Schätzungen von Experten aus dem jeweiligen Fachbereich. Wir zeigen in diesem Bericht transparent den Status Quo auf und berichten über sowohl positive als auch negative Entwicklungen.

Auch in der Berichterstattung selbst versuchen wir uns ständig zu verbessern. Derzeit existieren mehrere Standards für die Erstellung eines CSR- bzw. Nachhaltigkeitsberichtes. Für diesen Bericht wurde eine Mischform aus einzelnen Standards, darunter u.a. GRI G4[7], EMAS[8], die UN SDGs[9] und dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex[10] verwendet. Unter Berücksichtigung unserer besonderen Gesellschaftsform, der eingetragenen Genossenschaft (eG), wählen wir für die Zuordnung unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen die Unterteilung in unsere Handlungsfelder Mitarbeiter (1), Mitglieder (2), Endkunden (3), Lieferanten und Exklusivmarken (4), Umwelt und Tierwohl (5) sowie Gesellschaft (6). In jedem der Handlungsfelder betrachten wir eine Auswahl unserer wichtigsten Maßnahmen und Entwicklungen bis zum Oktober 2019. Aus dem letzten Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017 resultierten für uns zudem Handlungsempfehlungen, die wir in den einzelnen Bereichen auf ihren Umsetzungsstatus hin überprüfen und anschließend in einem Ampelsystem (rot-gelb-grün) bewerten. Im Zusammenhang mit der Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichtes haben wir im Rahmen von Gesprächen und Workshops neue Handlungsempfehlungen für die Jahre 2020 und 2021 entwickelt.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT DES VORSTANDSVORSITZENDEN
Seite 8-9

VORWORT DES CSR-BEAUFTRAGTEN
Seite 10-11

INTERSPORT BEWEGT
Seite 12-13

NACHHALTIGKEIT ALS ANTRIEB
Seite 14-15

UNSERE **MITARBEITER**
Seite 16-23

UNSERE **MITGLIEDER UND HÄNDLER**
Seite 24-29

UNSERE **ENDKUNDEN**
Seite 30-33

UNSERE **LIEFERANTEN UND EXKLUSIVMARKEN**
Seite 34-43

UMWELT UND TIERWOHL
Seite 44-51

GESELLSCHAFT
Seite 52-57

UNSERE **NÄCHSTEN NACHHALTIGKEITS-SCHRITTE** 2020/2021
Seite 58-63

ANHANG UND ENDNOTEN
Seite 64-73

DR. ALEXANDER VON PREEN
VORSTANDSVORSITZENDER
INTERSPORT Deutschland eG

Foto: INTERSPORT

VORWORT

Wir wollen Menschen für den Sport begeistern. Für die Bewegung in der Natur. Dafür steht INTERSPORT seit 1956. Was uns in den vergangenen Jahren allerdings immer bewusster geworden ist: Zur Liebe zum Sport gehört auch verantwortungsvolles Handeln. Nachhaltigkeit ist heute wichtiger denn je. Nicht nur, weil es ein absolutes Trend-Thema ist. Sondern weil es wichtig ist für unser Leben und das der uns nachfolgenden Generationen. Deswegen bringen wir auch in diesem Jahr wieder unseren Corporate-Social-Responsibility-Bericht heraus. Damit möchten wir aufzeigen, wie wir bereits mit kleinen Schritten nachhaltiges Handeln in unseren Alltag und in unsere Prozesse integrieren können. Und zwar tagtäglich. Das fängt schon am Morgen an – mit dem ersten Kaffee im Büro. Bis zum April 2019 hat dieses beliebte Ritual bei uns noch sehr viel (Plastik-)Müll erzeugt. Das haben wir erkannt und reagiert. Jetzt stellen wir jedem Mitarbeiter bei INTERSPORT in der Heilbronner Service-Zentrale einen Porzellan-Kaffeebecher mit wiederverwendbarem Deckel zur Verfügung, haben Plastikstrohhalme sowie Einweg-Verpackungen für Zucker und Milch verbannt. Außerdem setzen wir in Heilbronn inzwischen zu großen Teilen auf Glasflaschen und arbeiten daran, immer mehr Prozesse im Arbeitsalltag zu digitalisieren, um Papiermüll zu vermeiden. Es sind kleine Schritte, die wir aber kontinuierlich gehen. Denn Nachhaltigkeit spielt bei uns eine wichtige Rolle.

Besonders freut es mich außerdem, dass wir das Thema auch bei unseren Exklusivmarken konsequent angehen. Konkret heißt das beispielsweise: Alle neuen Rucksackmodelle unserer Exklusivmarke McKINLEY sind ab der Saison Frühjahr/Sommer 2020 PFC[11]-frei. Um unser Bestreben für mehr Nachhaltigkeit in der Produktion unserer Exklusivmarken auch nach außen zu tragen, haben wir gemeinsam mit der INTERSPORT International Corp. ein „Think Responsibly"-Label entwickelt. Damit werden Produkte ausgezeichnet, die in den Bereichen Material, Fertigung, Wasser- bzw. Energie-Einsparungen sowie Tierwohl verantwortungsbewusst hergestellt sind. Unsere Bemühungen, nachhaltig zu handeln, haben wir vor mehr als sieben Jahren in der Heilbronner Erklärung (HNE) niedergeschrieben, die wir gemeinsam mit zehn weiteren Unternehmen aus der Region unterzeichnet haben. Die Liebe zum Sport und zu unserer Natur treibt uns an, fortlaufend an uns zu arbeiten. Wo wir auf diesem Weg stehen und welche Erfolge wir bereits erreicht haben, möchten wir mit dem dritten CSR-Bericht transparent mit Ihnen teilen.

Herzliche Grüße

Dr. Alexander von Preen
Vorstandsvorsitzender
INTERSPORT Deutschland eG

GEORGIOS CHATZOPOULOS
CSR-BEAUFTRAGTER
INTERSPORT Deutschland eG

Foto: INTERSPORT

VORWORT

Ab und an werde ich im Bekanntenkreis angesprochen, was INTERSPORT eigentlich im Bereich Nachhaltigkeit so macht. Und immer lautet meine Antwort: „Mehr als ihr denkt". Doch je öfter ich diese Antwort gebe, umso mehr denke ich darüber nach, warum diese Frage überhaupt gestellt wird. Ich stelle fest: Wir sind immer noch nicht präsent genug mit unseren Tätigkeiten!

Dabei können wir sehr stolz auf die Entwicklung in den letzten Jahren sein. Wir machen fortlaufend Schritte in die richtige Richtung – manchmal große, manchmal kleine. Wichtig ist: Seit Jahren sehe ich keinen Stillstand – im Gegenteil.

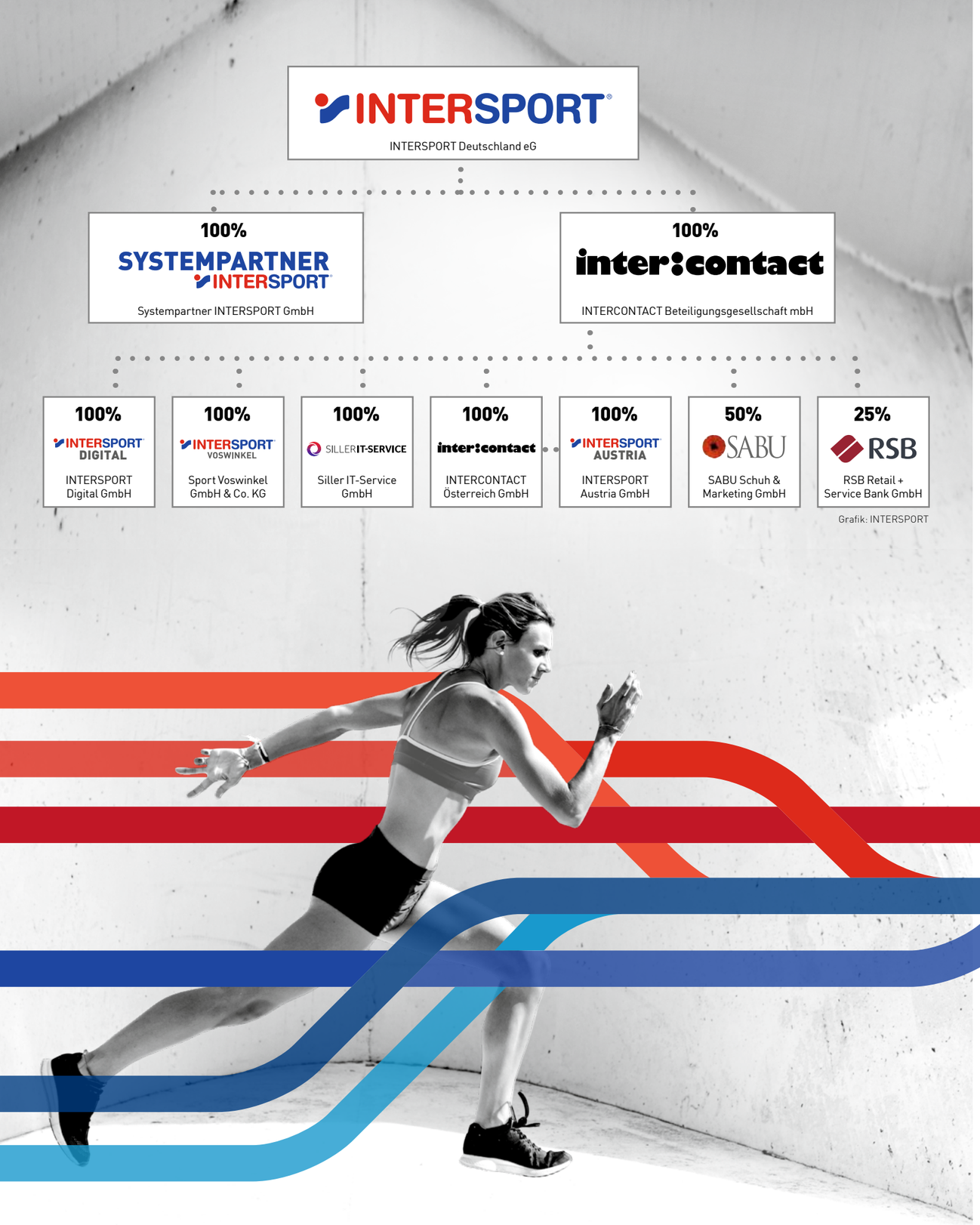
Wir pflegen schon seit Langem einen nachhaltigen Gedanken - das ist innerhalb der INTERSPORT-Gruppe bekannt. Aber erst mit Unterzeichnung der Heilbronner Erklärung im Jahr 2012 und der dazugehörigen Erfassung und Dokumentation unserer Tätigkeiten, haben wir wirklich ein Gespür dafür entwickelt, welchen Umfang das Ganze hat und in welche Richtung wir uns bewegen – und natürlich auch weiterhin entwickeln müssen.

Mit dem nun vorliegenden dritten Nachhaltigkeitsbericht haben wir nochmals einen gewaltigen Sprung nach vorne gemacht. Erneut haben Kolleginnen und Kollegen aus vielen Fachabteilungen hervorragenden Input zum Erstellen dieses Berichts geliefert. Dafür ein herzliches Dankeschön an alle Mitwirkenden!

Zukünftig ist es weiterhin wichtig, sich nicht auf diesem momentanen Stand auszuruhen, sondern konsequent und langfristig die richtigen Weichen für unsere Nachhaltigkeitsausrichtung zu definieren und zu verfolgen. Die Aktivitäten legen wir bewusst offen und transparent dar und gehen als gutes Vorbild voran. Wir bewegen – aus Liebe zum Sport.

Herzliche Grüße

Georgios Chatzopoulos
Senior Manager Qualitätssicherung & CSR-Beauftragter
INTERSPORT Deutschland eG



Grafik: INTERSPORT

INTERSPORT BEWEGT.

AUS LIEBE ZUM SPORT

Als Teil der weltweit größten Gemeinschaft selbstständiger Sportfachhändler, INTERSPORT International Corporation (IIC), können wir als INTERSPORT Deutschland eG viel bewegen:

Unsere rund 900 Mitglieder bzw. Händler mit 1.480 Fachgeschäften setzen sich seit 1956 tagtäglich dafür ein, das weiterzugeben, was uns selbst am meisten erfreut: Menschen in Bewegung zu bringen. Unsere genossenschaftliche Struktur (siehe Abbildung) bestimmt unsere Prozesse. Dabei tragen wir am Hauptsitz in Heilbronn die Verantwortung für ca. 450 Mitarbeiter. Unsere genossenschaftlichen Mitglieder und damit die Händler vor Ort sind insgesamt für mehr als 20.000 Menschen in den Filialen verantwortlich.

Der Umsatz der INTERSPORT Deutschland eG belief sich im Jahr 2018 auf 2,85 Mrd. EUR.[12] Gemeinsam mit INTERSPORT in Österreich, Ungarn, Tschechien und der Slowakei bilden wir einen Fünf-Länder-Verbund. Innerhalb des Verbundes setzen die etwa 1.100 Händler in 1.849 Fachgeschäften rund 3,53 Mrd. EUR um.[13] Als INTERSPORT Deutschland eG betrachten wir dabei unsere Nachhaltigkeitsthemen unabhängig von diesem Verbund –und stimmen uns dabei innerhalb der Länder ab.

Was uns als INTERSPORT Deutschland eint, ist ein gemeinsames Handeln im Sinne unserer wichtigsten Werte[14]: Glaubwürdigkeit, Offenheit, Nachhaltigkeit und Verbindlichkeit. Unsere Unternehmenskultur bildet somit das Fundament unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen.

Als Gründungsmitglied der IIC verbindet uns auf internationaler Ebene das Ziel, für unsere Millionen von Kunden weltweit die Nummer eins in Bezug auf Produktauswahl, Preis/Leistung, Beratung und Service im Sportartikel- und Sportmodemarkt zu sein. Unser Ziel ist es, „Best in Sports" zu werden.[15]

VISION

INTERSPORT als beste Sport-Plattform mit der größten Sport-Community in Europa.

MISSION

Ausbau der Omnichannel Marktführerschaft unter der Marke INTERSPORT und Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle.

PURPOSE

INTERSPORT als Wertevermittler zwischen Industrie, Händler und Endkunde.

UNSERE WERTE

- Glaubwürdigkeit
- Offenheit
- Nachhaltigkeit
- Verbindlichkeit

Diese bilden den Maßstab für unser tägliches Handeln gegenüber unseren Kunden, Mitarbeitern und Händlern.

BEST IN SPORTS

Grafik: INTERSPORT

Grafik: INTERSPORT

NACHHALTIGKEIT ALS ANTRIEB

Wir von INTERSPORT Deutschland widmen uns dem Thema Nachhaltigkeit aus einem inneren Bedürfnis heraus. Wir sind nicht gesetzlich zu einer CSR-Berichterstattung verpflichtet. Es ist uns dennoch ein Anliegen, unser Handeln im Einklang zwischen Wirtschaftlichkeit, Umwelt und sozialer Verantwortung anzusiedeln und mit diesem Bericht nach innen und außen transparent zu machen und dementsprechend zu kommunizieren.[16] Ein zentraler Nachhaltigkeitsbeauftragter koordiniert unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen.

Unser Weg zu einem Bewusstsein für Nachhaltigkeit begann in 2012 mit der Unterzeichnung der Heilbronner Erklärung (siehe Anhang).

Seit sieben Jahren folgen wir seither dieser gemeinsamen Verständigung auf ein Handeln im Sinne der Corporate Social Responsibility (CSR). Diese beinhaltet einen ganzheitlichen Blick auf soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeitsdimensionen.[17]

Wir versuchen dabei, in unseren unternehmerischen Entscheidungen die Auswirkungen für Mensch und Umwelt zu berücksichtigen. Wir reflektieren, wo wir uns in Bezug auf die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (siehe Abbildung) aktuell befinden, was wir verbessern könnten und was wir noch erreichen möchten. Im Rahmen der Heilbronner Erklärung haben sich für INTERSPORT Deutschland sechs Handlungsfelder herauskristallisiert.

Wir werfen einen Blick auf diese sechs Handlungsfelder und analysieren deren Entwicklungen. Mittels verschiedener Praxisbeispiele zeigen wir auf, wie wir versuchen, Nachhaltigkeit zu leben und was wir unter CSR verstehen.

Im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichtes der Jahre 2016/2017 hatten wir uns verschiedene Handlungsempfehlungen gegeben, die wir mittels konkreten Maßnahmen umsetzen wollten. Die Umsetzung dieser Maßnahmen messen wir im Folgenden mit einem Ampelsystem. Grün bedeutet: Die Handlungsempfehlung wurde in vollem Maße umgesetzt. Mit Gelb bewertete Empfehlungen wurden nur in Teilen angegangen und umgesetzt. Bei Rot fehlt die Umsetzung bisher.

Aus diesem Abgleich und durch die zusätzlichen Ideen, die wir im Zusammenhang mit der Erstellung dieses Berichtes entwickelt haben, ergeben sich neue Handlungsempfehlungen. Diese dienen uns in den kommenden zwei bis drei Jahren als Basis für weitere CSR-Maßnahmen.

Für unsere Stakeholder soll der vorliegende Bericht Klarheit und Auskunft über unsere Entwicklungsschritte geben. Gleichzeitig soll er zu nachhaltigem Denken und Handeln motivieren.

6 HANDLUNGSFELDER

- Mitarbeiter
- Mitglieder
- Endkunden
- Lieferanten und Exklusivmarken
- Umwelt und Tierwohl
- Gesellschaft

NACHHALTIGKEITSZIELE DER VEREINTEN NATIONEN

In 2015 entwickelten die Vereinten Nationen mit ihren Mitgliedsstaaten 17 nachhaltige Entwicklungsziele, die so genannten Sustainable Development Goals (SDGs, siehe Abbildung). Diesen in der Agenda 2030 zusammengefassten Maßnahmen fühlen sich die Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen und weitere globale Akteure und Institutionen verpflichtet. Jede Nation soll im Rahmen ihrer Möglichkeiten einen Beitrag zur Erreichung dieser SDGs leisten. Die 17 Ziele beinhalten die bereits beschriebenen drei Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales und beziehen sich in ihrer Wirksamkeit und Umsetzung jeweils aufeinander.[18]

Nicht nur auf dieser globalen und internationalen Länderebene, sondern auch auf Unternehmensebene können wir zum Erreichen dieser SDG-Ziele beitragen.

Daher möchten auch wir uns als INTERSPORT Deutschland eG in der Zukunft näher mit den SDGs vertraut machen und sie in unsere ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie einbinden.

Grafik: UN

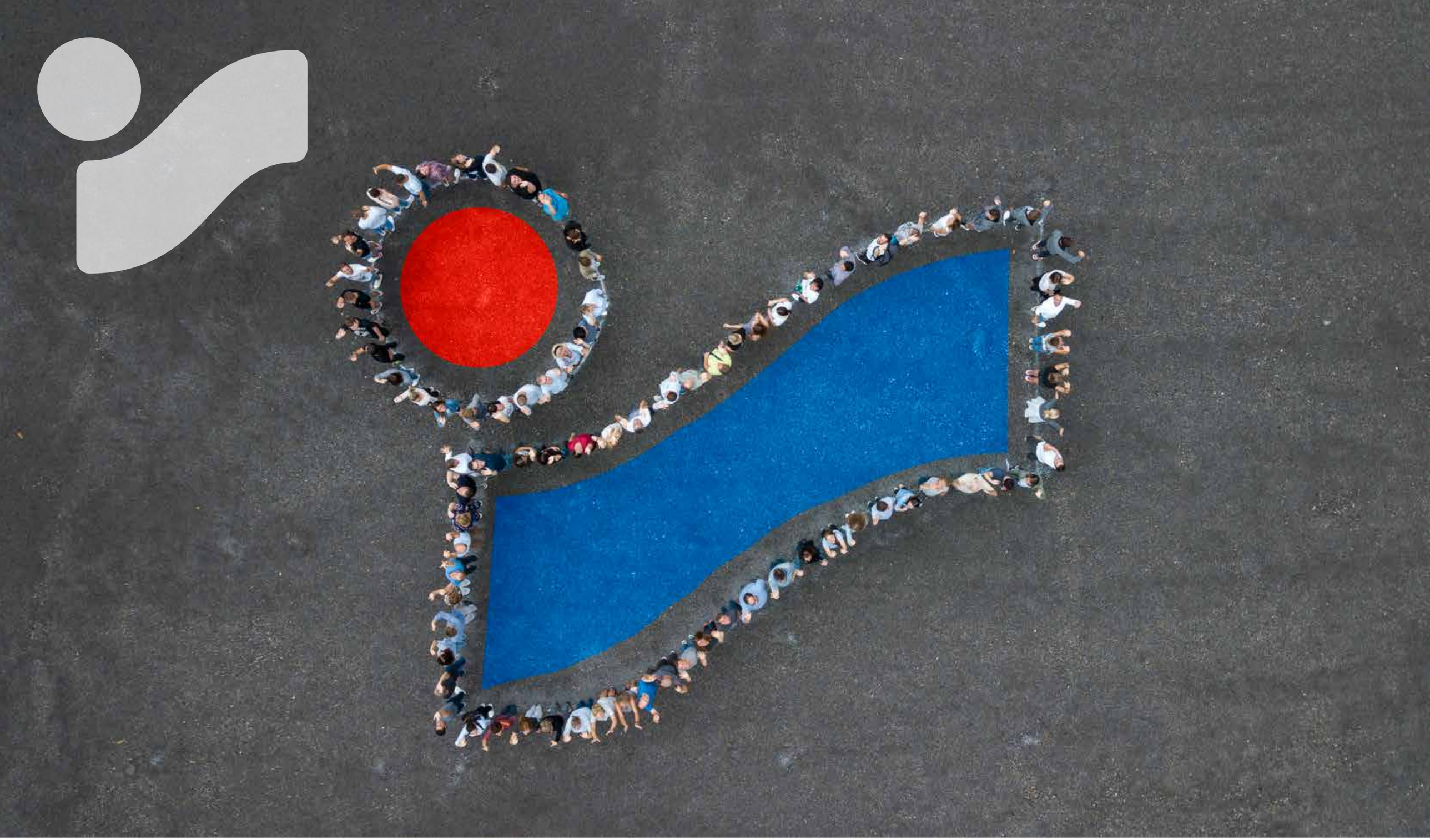


Foto: INTERSPORT

UNSERE **MITARBEITER**

MITARBEITER

Fotos: INTERSPORT

SO TRÄGT DER UM- UND AUSBAU DER LAGERLOGISTIK ZU BESSEREN ARBEITSBEDINGUNGEN BEI:

- weniger körperlich anstrengende Arbeit mit Kraftaufwand durch verbesserte Förderbänder und automatisierte Lagervorgänge
- geringerer Arbeitsaufwand, kürzere Laufwege und weniger Wartezeit
- dicke Betonwände sorgen für bessere Dämmung und angenehmeres Klima

CSR: CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und mittel- und langfristig an sich zu binden, ist eine große Herausforderung für Unternehmen. Für die Mitarbeitergewinnung werden signifikante Ressourcen benötigt.[19]

Es gibt zwei Maßnahmenbereiche, die nachweislich erfolgsversprechend sind: betriebliche Maßnahmen zur Schaffung einer ausgewogenen Work-Life-Balance und ein breites Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter.

Des Weiteren zählen Vorkehrungen im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (siehe Bild), faire Löhne und Gehälter sowie die Beteiligung von Mitarbeitern am Unternehmenserfolg zu den wichtigen und erfolgsversprechenden Aktivitäten in Bezug auf Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterentwicklung.[20]

Unternehmen, die sich als Vorreiter im Bereich CSR verstehen, erheben und veröffentlichen zudem relevante Kennzahlen wie z.B. Mitarbeiterfluktuation und Krankheitsstand.

NACHHALTIGKEITSDENKEN UNSERER MITARBEITER

Gleichzeitig fördern und unterstützen sie ihre Mitarbeiter bei dem sogenannten Corporate Volunteering, dem freiwilligen Mitarbeiterengagement in sozialen und ökologischen Projekten.[21] Nachfolgend sind verschiedene mitarbeiterbezogene Maßnahmen bei INTERSPORT Deutschland aufgeführt.

Nachhaltigkeit im Unternehmen fängt bei den einzelnen Menschen, bei jedem einzelnen Kollegen und jeder einzelnen Kollegin an. Seitdem INTERSPORT Deutschland damit begonnen hat, CSR-Themen verstärkt in den Fokus zu rücken, haben unsere Mitarbeiter in der Heilbronner Zentrale ein wachsendes Bewusstsein für verschiedene Nachhaltigkeitspotenziale entwickelt.

Dies hat dazu geführt, dass unsere Mitarbeiter sowohl im privaten Bereich als auch im beruflichen Umfeld kontinuierlich etwas bewegen wollen. Was wiederum bei INTERSPORT Deutschland signifikante Einsparungen in den Bereichen Energie, Plastik- und Papierverbrauche zur Folge hatte. Gleichzeitig wurden weitere Einsparpotenziale ermittelt, die es in Zukunft zu realisieren gilt.[22]

So wurden z.B. in Mitarbeitergesprächen Wünsche nach erneuten Fahrradtagen oder der Incentivierung für zu Fuß oder per Rad zurückgelegte Arbeitswege geäußert.[23] Verstärkte Aufrufe zu Fahrgemeinschaften wurden vorgeschlagen und die Förderung von E-Bikes anvisiert, wobei von einem Potenzial für rund 100 Mitarbeiter-Räder ausgegangen wird. Die benötigten Fahrradunterstände mit Ladestationen für E-Bikes sind bereits in Planung.[24]

NACHHALTIGE GESTALTUNG DES ARBEITSUMFELDS

INTERSPORT Deutschland fühlt sich dafür verantwortlich, die Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter stetig zu verbessern. Denn es sind die Menschen, unsere Mitarbeiter, die ein Unternehmen erfolgreich machen. Davon sind wir zutiefst überzeugt.[25]

Mit der Erweiterung unserer Logistik-Zentrale gehen zahlreiche Verbesserungen des Arbeitsumfeldes für unsere Mitarbeiter in diesem Fachbereich einher. Neue, automatisierte Prozesse führen im Bereich der Kommissionierung und der Läger zu ergonomischerem Arbeiten und weniger händisch notwendigen Tätigkeiten. Dadurch werden die Mitarbeiter körperlich weiter entlastet (siehe Bild).[26]

Zudem haben wir die neu eingebaute Fördertechnik in der Lagerlogistik um zehn Zentimeter abgesenkt und somit die Arbeit der Mitarbeiter erleichtert. Im Rahmen solcher Optimierungsprozesse ist es uns ein Anliegen, unsere Mitarbeiter bei den Entscheidungsfindungsprozessen miteinzubeziehen.[27] Die zwei Neuerungen in der Logistik, das automatisierte Behälterlager und die neuen Förderbänder, haben deutliche Verbesserungen für unsere Mitarbeiter gebracht.

Mitarbeiter müssen dadurch weniger schwere Ware bewegen und anheben. Das bedeutet weniger körperliche Arbeit mit Kraftaufwand und in der Folge ein geringeres Risiko für Rückenbeschwerden oder eventuelle Schädigungen.[28]

Durch die vorgenommenen Automatisierungen im Bereich der Logistik werden neue Arbeitsstellen geschaffen. Diese besetzen wir intern mit Mitarbeitern, deren vorheriger Arbeitsplatz durch die Automatisierung weggefallen ist. Mit entsprechenden Umschulungen befähigen wir die Mitarbeiter die neuen Aufgaben anzugehen.[29]

Für die Verwaltungsaufgaben im Logistikbereich stellen wir unseren Mitarbeitern bei Bedarf ergonomische Arbeitsplätze mit z.B. höhenverstellbaren Schreibtischen zur Verfügung.[30]

Durch die klimafreundliche Bauweise des neuen Logistik-Anbaus findet ein verbesserter Luft- und Wärmeaustausch statt. Somit herrscht dort ein kühleres Klima als in den bisherigen Hallen. Zudem sollen bis Ende 2020 Vorkühlgeräte auch in einem älteren Teil der Lagerlogistik installiert werden. Auf die wärmeren Sommer haben wir uns in der Logistik eingestellt, indem wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit bieten, täglich von 07:00 bis 15:00 Uhr zu arbeiten und so die Nachmittagshitze zu umgehen.[31]

> **„MENSCHEN MACHEN UNTERNEHMEN ERFOLGREICH – UND WIR SCHAFFEN DIE RAHMENBEDINGUNGEN.“**

Fotos: Unsplash

Foto: INTERSPORT

FLEXIBLES UND MOBILES ARBEITEN

Außerhalb des Logistikbereichs besteht seit April 2019 anstelle der bisherigen Kernarbeitszeit ein definierter Arbeitszeitrahmen. Dieser ist zwischen 06:00 und 20:00 Uhr gesetzt, was eine größere Individualisierung und Anpassung der Arbeitszeiten an die Bedürfnisse der Mitarbeiter ermöglicht. Darüber hinaus verfügt jeder Mitarbeiter über ein Arbeitszeitkonto mit Ampelmodell. Die Über- oder Unterschreitung der vereinbarten Arbeitsstunden wird in drei Stufen bis maximal -20 und +77 Stunden unterteilt. Wird die Arbeitszeit im grünen Bereich über- oder unterschritten, liegt die Zeitsouveränität beim Mitarbeiter. Bei Über- oder Unterschreitungen im gelben oder roten Bereich werden entsprechende Maßnahmenpläne gemeinsam mit der jeweiligen Führungskraft erstellt. Arbeitszeitguthaben sollen dabei durch Freizeit ausgeglichen werden.[32]

Zudem bieten wir ein mobiles Arbeitskonzept an. An einem Arbeitstag pro Woche ist das Arbeiten von einem beliebigen Ort aus möglich, sofern der Arbeitszeitrahmen eingehalten wird.[33]

VOM MITEINANDER UND ZUSAMMENHALT GEPRÄGTE UNTERNEHMENSKULTUR

Die INTERSPORT Deutschland eG befindet sich aktuell in einem Transformationsprozess mit dem im November 2018 auch die Neustrukturierung und teilweise auch Neubesetzung des Vorstandsgremiums einherging. Im Rahmen des Transformationsprozesses[34] gilt es das Vertrauen der Mitarbeiter in das Unternehmen zu stärken und eine gesunde Fehlerkultur zu etablieren.[35]

Trotz der derzeitigen Veränderungen können wir auf eine gewachsene und gefestigte Unternehmenskultur blicken. Geprägt wird diese von vielen Mitarbeitern, die bereits langjährig unserem Team angehören.

Unsere Unternehmenskultur zeichnet sich auch durch ein hohes Maß an Wertschätzung dem Einzelnen gegenüber aus. Erlebbar werden diese Wertschätzung und der Zusammenhalt zum einen in unseren gemeinsamen Momenten der Freude und Begeisterung, wie bei Engagements für die SOS-Kinderdörfer. Zum anderen zeigen sich diese Eigenschaften auch in schwierigen Situationen von Mitarbeitern. Die Not eines Mitarbeiters wurde z.B. durch die von Kollegen spontan gesammelten Spenden gelindert.[36]

Um neue Formen der Zusammenarbeit zu fördern und zu etablieren, ist in den vergangenen Monaten ein ganz neues Arbeitsplatzkonzept anhand eines Kreativ-Meeting-Raums entstanden. Alle Mitarbeiter im Haus können diesen zum Arbeiten, für Workshops oder Besprechungen nutzen. In einem extra dafür initiierten Kreativ-Workshop haben sich 17 Mitarbeiter gemeinsam auf einen Namen geeinigt: FREIRAUM. In diesem neu geschaffenen Arbeitsraum wird zudem kostenfrei Kaffee, Wasser und frisches Obst für die Mitarbeiter bereitgestellt.

Um das Miteinander auch außerhalb der gewohnten Arbeitsumgebung zu fördern, bieten wir als INTERSPORT Deutschland jährliche Familienfeste und Firmenevents an. Unsere Liebe zum Sport spiegelt sich ebenfalls in unserem Mitarbeiterangebot wider. Ein breit gefächertes Sportprogramm aus Einzel- und Teamsportevents zählt ebenso zu unseren jährlichen Aktivitäten wie Rückenkurse.[37] Für die kommenden Jahre wünschen wir uns eine weiter ansteigende Teilnehmerzahl bei unseren Angeboten.[38]

Eine Übersicht unseres Mitarbeiterangebots in den Bereichen „Betriebssport“, „Gesundheit“ und „Mitarbeiter-Events“ ist nachfolgend tabellarisch dargestellt.

> „MITARBEITER SIND UNSER GRÖSSTES GUT.“

INTERSPORT DEUTSCHLAND
Gesundheit und Mitarbeiterevents[39]

BETRIEBSSPORT

Badminton-Turnier
Bowling-Turnier
4-Kampf gegen LOWA[40]
Golf-Turnier
Gü[41]-Sport-Fußballspiel-Event
Drachenbootrennen
Heilbronner Firmenlauf
Outdoor-Event
Puma-Fußballspiel-Event
Schnee-Event
Wasserskikurs
Fußball Firmencup
Kart-Team-Rennen
Minigolf-Turnier
Tennis-Doppel-Turnier
BASF Firmencup-Lauf

GESUNDHEIT

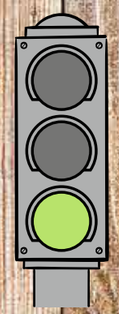
Mobile Massagen
Rückenkurs
Well-Fit-Abend Erlebnisbad

MITARBEITER-EVENTS

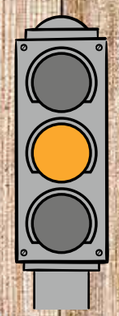
Betriebsausflug Schwarzwald
Familientag im Freizeitpark
Freilichttheater
Kino / Theater / Zirkus / Krimi-Dinner
Interne Weihnachtsfeier
Tombola
Familien-Sommerfest
Heilbronn-Tag mit BUGA[42]-Führung

Fotos: INTERSPORT

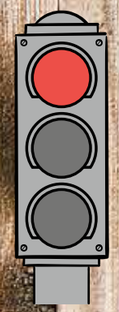
UMSETZUNG UND BEWERTUNG
DER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS 2017



HANDLUNGSEMPFEHLUNG AUS DEM CSR-BERICHT 2017	**UMSETZUNGSSTATUS** DER HANDLUNGSEMPFEHLUNG
Weiterbildungswünsche sollten gezielt in den Mitarbeiter-Jahresgesprächen abgefragt werden.	Die Mitarbeiter-Jahresgespräche wurden um die Frage nach Unterstützung für besseres Arbeiten ergänzt.
Es könnten Zeiten zur (Selbst)-Reflexion geschaffen werden, wie eine geführte Meditation oder eine Team-Reflexionsrunde am Monats- oder Wochenende.	2 Formate wurden geschaffen: „Multivision“ (für alle) und „Intervision“ (für Führungskräfte), um moderiert über Herausforderungen zu sprechen.
Mitarbeiter sollten von ihren Führungskräften befähigt werden, mehr Risiken einzugehen.	Mit dem Vorstandswechsel geht auch ein Kulturwandel einher. Es wird bewusst auf Transparenz und eine stärker ausgeprägte Fehlerkultur gesetzt.



Einen tieferen Einblick in die Ergebnisse des Stimmungsbarometers erlauben.	Aktuell wurde kein neues Stimmungsbarometer erstellt. Für die Zukunft planen wir dieses Instrument wieder einzusetzen und transparent über die Ergebnisse zu berichten.
Die Befristung der Auszubildenden nach Abschluss sollte mit Blick auf die Abwanderung der Ausgelernten reflektiert werden.	Eine Befristung mit einer Mindestlaufzeit von sechs Monaten nach Ausbildungsende wird bewusst beibehalten.
Es könnte ein (schwer)behinderter Auszubildender eingestellt werden, was zum besseren Durchdenken von Prozessen führen könnte.	Wir sind selbstverständlich offen für Bewerbungen von (schwer)behinderten Auszubildenden, haben allerdings zum aktuellen Zeitpunkt noch keine erhalten.
Die zentralen Leitsätze des Führungskräfteleitbilds sollten nicht nur einigen wenigen Führungspersonen per Bildaushang zugeordnet werden. Möglich wäre, Mitarbeiter über die Zuordnung abstimmen zu lassen	Von den rund 40 Führungskräften der Zentrale werden die Positionen der Bildaushänge rotiert. Die jeweiligen den Leitsätzen zugeordneten Personen wurden nicht geändert.



Es könnte wieder eine Spendenaktion durchgeführt werden ähnlich der, bei welcher an einem Tag für jeden Fahrradkilometer der Mitarbeiter 50 Cent an ein ausgewähltes Projekt gespendet wurden.	Diese Aktion wird es vorerst aufgrund der zuletzt geringen Beteiligung von nur neun Mitarbeitern nicht mehr geben. Weiterhin durchgeführt wird die Weihnachtstombola als Spendenaktion. Zudem sind wir offen für neue Aktionen, so dass wir zukünftig weitere Spendenaktionen realisieren werden

Fotos: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

UNSERE **MITGLIEDER & HÄNDLER**

Foto: INTERSPORT

MITGLIEDER & HÄNDLER

Als Genossenschaft ist INTERSPORT Deutschland ein Zusammenschluss von selbstständigen Händlern, die sich vielfältig selbst in ihrem direkten Umfeld für Nachhaltigkeit in sozialen und ökologischen Bereichen engagieren.[43]

Für unseren Vorstandsvorsitzenden Dr. Alexander von Preen ist die Genossenschaft die nachhaltigste Unternehmensform. Denn diese besondere Struktur der Genossenschaft birgt hinsichtlich des Nachhaltigkeitsgedankens große Chancen.

Die Chance der Gesellschaftsform ist die regionale, überregionale und nationale Verantwortung, die wir als INTERSPORT Deutschland übernehmen können. Unsere Mitglieder haben beispielsweise die Möglichkeit, einen Teil ihres Umsatzes in die Unterstützung von Vereinen vor Ort zu investieren. Diese regionale Verankerung in der Fläche schafft keine andere Gesellschaftsform in dieser Intensität.[44]

Außerdem verstehen wir unsere Genossenschaft als Innovationstreiber. Somit können wir die Innovationskraft unserer Gemeinschaft nutzen sowie auf Partnerschaften und Kooperationen bauen – auch beim Thema Nachhaltigkeit. Die Ideen einzelner Händler können als Vorbild für andere dienen.[45]

Die Herausforderung der Gesellschaftsform ist, die langfristige Implementierung von genau diesen neuen Ideen und Innovationen.

NACHHALTIGKEITS-INITIATIVEN VERSCHIEDENER MITGLIEDER:

- 1,5t CO_2-Einsparungen durch 100% recycelte und klimaneutrale Papiertüten
- Kleiderbügel aus nachwachsenden Rohstoffen des Herstellers Cortec à Einsparung von 75% des stattdessen verwendeten Kunststoffs
- 20% des Stroms mit Photovoltaik selbst erzeugt
- Durch Energieeinsparungen werden über 50t weniger CO_2 ausgestoßen
- Barrierefreier Einkauf für Kunden ermöglicht
- Angebot kompostierbarer und ressourcenschonend produzierter Einkaufstüten der Marke „Tütle“
- Unterstützung der Initiative Plant-for-the-Planet: Einen Baum pflanzen für je 10 eingesparte Einkaufstüten
- Gutscheinkarten aus Holz
- Teilnahme an Forschungsprojekten zum Test alternativer Strategien zur Verpackungsvermeidung
- Regionale Weiterverwertung von Plastikabfällen

Foto: Tütle

Foto: Tütle

Foto: INTERSPORT

UNSERE HÄNDLER ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG[46]

Einer der Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit unter unseren Mitgliedern ist Peter Postleb von INTERSPORT Postleb[47] aus Landau. In allen Geschäftsentscheidungen denkt er immer auch an die Umwelt und hinterfragt, wie er den Eingriff in die Natur minimal halten kann.

Diese Einstellung hat sich im Lauf der Zeit entwickelt. Sein primäres Ziel war es, die eigenen Mitarbeiter zu inspirieren, um sie erfolgreicher führen zu können. Für den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit investierte INTERSPORT Postleb Stand 2018 rund eine Million Euro in Photovoltaik, intelligente Beleuchtung und Maßnahmen zur Energieeinsparung. Etwa 50 Tonnen CO_2 kann unser Händler nun jährlich einsparen. Die Investition wird sich laut Berechnung in ca. 15 Jahren amortisiert haben.[48]

Die Beteiligung an Forschungsinitiativen ist eine weitere Möglichkeit, neue Ideen für Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu entwickeln. Unser INTERSPORT-Mitglied Erdl aus Straubing erprobt beispielsweise in Kooperation mit verschiedenen Hochschulen alternative Strategien zur Verpackungsvermeidung. Ein Ansatz ist, die in der INTERSPORT-Filiale und bei anderen Einzelhändlern anfallenden Plastikabfälle mittels 3D-Drucker regional zu neuen Produkten und Ersatzteilen zu verwandeln. So konnten beispielsweise Rucksackschnallen hergestellt werden.[49]

Zudem soll erforscht werden, welche Ökobilanzen andere Verpackungsformen aufweisen und ob sie folglich nachhaltiger sind. Am Ende des bis 2020 andauernden Forschungsprojekts soll eine Plastik-App für Verbraucher entwickelt werden, die über das Plastikaufkommen eines Produkts informiert.[50]

Foto: INTERSPORT

HERAUSFORDERUNG - CSR IN DER FLÄCHE

Wir sind stolz darauf, einige solcher Mitglieder in unserem Fünf-Länder-Verbund zu wissen. Mitglieder, denen nachhaltiges Handeln am Herzen liegt und die dies im Rahmen ihrer Möglichkeiten in Maßnahmen umsetzen. Eine Herausforderung unserer Genossenschaft ist es, eben diese Best Practice Beispiele auf eine Vielzahl weiterer Mitglieder auszuweiten und ihr Verständnis für Nachhaltigkeit zu stärken.[51]

Da jedes Mitglied von INTERSPORT Deutschland ein selbstständiger Händler ist, gehen die Priorisierungen von ökonomisch und ökologisch geprägten Aspekten auseinander. Um die Händler in diesem Kontext zu unterstützen, kann ein Ansatz sein, das Thema Nachhaltigkeit gezielt in Gesprächen aufzugreifen. Auch über Anreize für einen ökologischen Bau oder Umbau von Filialen unserer Mitglieder wird nachgedacht.[52]

Zusätzlich können wir CSR verstärkt als Schulungsthema für unsere Mitglieder und deren Mitarbeiter sowie für unsere Mitarbeiter in der Zentrale in der INTERSPORT Akademie[53] anbieten. Ein erster Schritt könnte die Erfassung sein, welche Mitglieder welche Maßnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit bereits entwickelt oder implementiert haben. Daraus ließe sich dann eine Nachhaltigkeitsstrategie für Händler ableiten. Nachhaltigkeit muss rentabel, anfassbar und persönlicher werden.[54] Bereits heute bieten wir für unsere Händler Schulungsangebote bspw. zu Energieeffizienzprogrammen (Klimatisierung, Beleuchtung, etc) an.

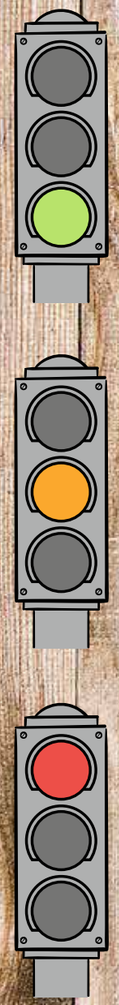
Der Neubau und die Modernisierungen in der Lagerlogistik wirken sich nicht nur auf unser direktes Umfeld in der Zentrale von INTERSPORT Deutschland aus. Da wir unsere Händler mit Waren aus der Zentrale beliefern, sind die Auswirkungen auch für unsere Mitglieder spürbar.

Im Zuge der Logistikmodernisierung gelingt es uns beispielsweise, Bestellungen unserer Mitglieder zusammenzufassen. Für die gleichen Bestellvolumina werden weniger einzelne Pakete benötigt und damit signifikant weniger Papier und Plastik verbraucht. Der Beweggrund für diese Konsolidierungsprozesse war, unseren Mitgliedern Arbeit zu ersparen. Unsere Händler erhalten rund 150 bis 180 Pakete am Tag, die getragen, ausgepackt, sortiert, gebucht und eingeräumt werden müssen. Hier liegt unser Fokus darauf, die Anzahl an Paketen pro Mitglied durch die Konsolidierung zu reduzieren und künftig auf ein Minimum zu senken – bei optimierter Versandleistung.[55]

Foto: Shutterstock

UMSETZUNG UND BEWERTUNG

DER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS 2017



HANDLUNGSEMPFEHLUNG AUS DEM CSR-BERICHT 2017	**UMSETZUNGSSTATUS** DER HANDLUNGSEMPFEHLUNG
Interne Online-Akademie um Schulungsangebote zu Nachhaltigkeitsaspekten von Produkten ergänzen.	Produktschulungen wurden um Nachhaltigkeitsthemen ergänzt und Abfragen etabliert, welche Schulungen benötigt werden.
Die „Macht der Masse" aller Mitglieder nutzen, um Lieferanten bei Negativpresse durch ausbleibende Bestellungen zu sanktionieren.	Diese Möglichkeit besteht, allerdings gab es dazu im Berichtszeitraum keine Notwendigkeit.
Online-Austausch-Plattform oder Regionalversammlung der Mitglieder für Inspirationsfläche durch CSR Best Practices nutzen.	Online-Austausch-Plattform wurde nicht geschaffen. Bei den kommenden Mitgliederversammlungen wird das Thema CSR jedoch verstärkt platziert.
Befragung der Mitglieder, wo sie im Bereich CSR-Wissen und -Handeln gern unterstützt werden würden, um bedarfsgerechte Angebote zu entwickeln.	Eine solche Abfrage wurde im Berichtszeitraum noch nicht umgesetzt.

Foto: INTERSPORT

UNSERE **KUNDEN**

KUNDEN

Viele Verbraucher geben in Umfragen an, verstärkt nachhaltig produzierte und mit Ökolabeln versehene Kleidung kaufen zu wollen. Mittlerweile gibt es hierfür verschiedene Öko- und Sozialsiegel. Allerdings ist für Kunden oftmals unklar, was die einzelnen Label wirklich bedeuten. Die aktuelle Bundesregierung will daher mit dem ersten Siegel für Textilien, die nach bestimmten sozialen und ökologischen Kriterien produziert wurden, für mehr Klarheit sorgen.

ENDVERBRAUCHER UND NACHHALTIGKEITSDENKEN

Der sogenannte „Grüne Knopf" bewertet seit September 2019 Produkte und Hersteller anhand einer Vielzahl von Kriterien in verschiedenen Produktionsschritten. Kritisch diskutiert wird derzeit, welche Relevanz dieses Siegel tatsächlich hat, da es sich auch auf andere Labels mit teils geringer Aussagekraft bezieht und den Anfang der Lieferkette noch nicht beleuchtet.[56]

Nachfolgend reflektieren wir unsere CSR-Entwicklungen in Bezug auf unsere Endkunden-Beziehungen. Diese stehen wiederum in engem Zusammenhang zu den anderen hier im Bericht aufgeführten Nachhaltigkeitsthemen „Mitglieder" sowie „Lieferanten und Exklusivmarken".

UNSERE KOMMUNIKATION MIT ENDVERBRAUCHERN

Als kundengetriebene Händlerorganisation steht der Endkunde im Mittelpunkt unseres täglichen Handelns. Mit unseren Endkunden treten wir als INTERSPORT Deutschland insbesondere über unsere Exklusivmarken in direkten Kontakt (siehe Tabelle im Handlungsfeld „Lieferanten und Exklusivmarken").

In der Außendarstellung der Themen, die uns hinsichtlich CSR beschäftigen, haben wir in den vergangenen Jahren auf stärkere Transparenz und eine intensivere Kommunikation gebaut.[57] Die größere Transparenz u.a. durch CSR-Berichte kann einer der möglichen Gründe für den Rückgang der Kundenanfragen im Bereich Nachhaltigkeit sein. Zudem haben wir in den letzten Monaten keine größere Rückrufaktion von Produkten verzeichnet, wodurch besonders kritische Nachfragen ausblieben.[58]

In Zukunft wollen wir unsere Maßnahmen in den ökologischen und sozialen Handlungsfeldern ausbauen und noch transparenter und regelmäßiger über die Fortschritte und Neuerungen berichten. Wir sehen uns in der Verantwortung, unseren Kunden CSR-Informationen über unsere Produkte künftig sichtbar zur Verfügung zu stellen. Damit unsere Kunden bewusst einkaufen können, gilt es bspw. darzulegen, wie hoch Energieverbrauch und CO_2-Ausstoß bei der Herstellung des jeweiligen Produktes tatsächlich sind. Dies wird die Wahrnehmung der Endkunden bzgl. unserer Nachhaltigkeitsbestreben verbessern und die INTERSPORT Deutschland sowie die einzelnen Mitglieder stärker als nachhaltige Händler positionieren.[59]

Um aktuelle Marktentwicklungen aufzunehmen, führen wir kontinuierlich Dialoge mit jungen Menschen und potentiellen Führungskräften. Hieraus ergab sich, dass unsere Kunden und insbesondere die junge Generation unsere zukünftige Weiterentwicklung hin zu einer Exklusivmarke mit vollständig nachhaltigen Produktionsbedingungen und Produkten sehen.

IN ZUKUNFT: DIE NACHHALTIGE EXKLUSIVMARKE

Diese Gedanken greifen wir auf und gehen nun verstärkt auch in den Austausch mit unseren Mitgliedern. Die Frage, die wir uns gemeinsam stellen: Wie kann der Weg zu einer solchen Exklusivmarke gestaltet werden?[60] Denkbar ist es daher auch, im Zuge dessen einen Nachhaltigkeitsbotschafter für INTERSPORT zu engagieren, um dem Thema noch mehr Gewicht zu geben.[61]

Weiterhin müssen wir beobachten, ob unsere Kunden sich unmittelbar aus Nachhaltigkeitsaspekten für den Erwerb bestimmter Produkte entscheiden. Insbesondere in der direkten Gegenüberstellung mit vergleichbaren, weniger nachhaltigen Produkten. Dies ist die Basis dafür, um zu erkennen, wie wichtig für unsere Kunden gelebte Nachhaltigkeit wirklich ist und inwiefern sie bereit sind, hierfür ggf. auch höhere Preise zu bezahlen. Empirische Studien belegen diesen Punkt bereits und legen nahe, dass Endverbraucher bereit sind, für nachhaltige Produkte höhere Preise zu bezahlen[62]

Foto: INTERSPORT

NACHHALTIGKEIT DURCH CLICK & COLLECT

Unsere Kunden haben bei Online-Bestellungen die Möglichkeit auszuwählen, ob sie die Ware zugesandt bekommen oder bei einem Händler in ihrer Nähe abholen möchten. Dieses Click & Collect-System ermöglicht es uns, aktiv gegen das Aussterben von Filialen unserer Händler in den Innenstädten vorzugehen.[63]

Unsere Kunden sparen 3,50 Euro Versandkosten je Bestellung, die vor Ort abgeholt wird und haben gleichzeitig die Möglichkeit, im Laden weitere Angebote zu entdecken. Etwa 20% unserer Online-Kunden nutzen Click & Collect bereits, was für INTERSPORT Deutschland eine Einsparung von rund 20% der Logistikaufwendungen bedeutet. Derzeit stellen wir das System weiteren Sportartikelhändlern und -herstellern vor, um gemeinsam den Einzelhandel vor Ort zu stärken und die Logistiklast zu reduzieren. Insbesondere solche Maßnahmen sind es, die unserem Verständnis von ganzheitlicher Nachhaltigkeit folgen: Wir generieren einen ökonomischen Mehrwert für unsere Händler, Kunden und Marken und reduzieren gleichzeitig negative Auswirkungen auf die Umwelt.[64]

UNSERE SPORTREPORTS – „SO SPORTELT DEUTSCHLAND"

Um unser Angebot für unsere Endkunden zu verbessern, wollen wir unsere Kunden noch besser verstehen. Mit diesem Ziel führten wir 2018 und 2019 Trendstudien dazu durch, wie in Deutschland Sport betrieben wird. Durch diese groß angelegten Umfragen erlangten wir Erkenntnisse darüber, wie häufig welche Altersgruppen Sport betreiben, was die Lieblingssportarten der Deutschen sind und wie die Motivation hinter dem Sport aussieht. Knapp 60% aller Befragten sind sportbegeistert und treiben wöchentlich Sport. Dabei sind Laufen, Schwimmen, Radfahren und Fitness die beliebtesten Sportarten. Die bessere Integration von Sport und Arbeitsalltag ist immerhin für 80% der Studienteilnehmer ein wichtiges Thema. Wir möchten als Sportartikelhändler unsere Kunden dabei unterstützen, ihren Lieblingssport mit Freude ausüben zu können und für sie „Best in Sports" werden.[65]

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

LIEFERANTEN UND EXKLUSIVMARKEN

LIEFERANTEN UND EXKLUSIVMARKEN

Wir von INTERSPORT Deutschland pflegen internationale Beziehungen zu über 600 Lieferanten für unsere Fremd- und Exklusivmarken. Diese möchten wir künftig noch nachhaltiger unter Einbeziehung ökologischer und sozialer Dimensionen gestalten. Bereits seit Mai 2017 stellen wir gemeinsam mit der INTERSPORT International Corporation (IIC) entsprechende Forderungen an unsere Zulieferer in Bezug auf ihre Produktionsbedingungen.[66] Gleichzeitig unterstützen wir unsere Zulieferer, die diese Standards noch nicht erreicht haben bei der Weiterentwicklung.

LIEFERANTENKONTROLLE ÜBER BSCI-VERHALTENSKODEX UND -AUDITS

Die Einhaltung und Bewahrung der universellen Menschenrechte bei der Produktion ist daher eine zwingende Kooperationsgrundlage. Damit die zugrundeliegenden Normvorschriften eingehalten und regelmäßig überprüft werden, haben wir uns der Business Social Compliance Initiative (BSCI) für soziale Verantwortung angeschlossen. Die Einhaltung dieses BSCI-Kodexes ist die Voraussetzung jeglicher Geschäftsbeziehungen. Daher müssen die Grundsätze von jedem unserer Lieferanten unterzeichnet und eingehalten werden.[67]

Darüber hinaus folgen wir in unseren Lieferantenbeziehungen im Fünf-Länder-Verbund seit 2018 der Strategie der INTERSPORT International Corporation (IIC). Diese beinhaltet, Produktionsaufträge unserer Exklusivmarken ausschließlich in BSCI-auditierten Unternehmen zu platzieren, die mit A („hervorragend"), B („gut") oder C („akzeptabel") bewertet wurden. Die Auditierungsergebnisse der Jahre 2017 und 2019 können der Tabelle entnommen werden.[68]

Im Abstand von jeweils zwei Jahren werden die Lieferanten nach den BSCI-Grundsätzen (siehe Abbildung) bewertet. Dies erfolgt durch regelmäßige Vorortbesuche, an denen auch unser Qualitäts- und CSR-Beauftragter von INTERSPORT Deutschland regelmäßig teilnimmt. Bei einer Bewertung mit C („akzeptabel") und besser finden kontinuierlich entsprechende Folgeaudits zur Einschätzung der weiteren Verbesserung statt.

Nicht akzeptierte Auditbewertungen eines Lieferanten mit D haben sofortige Korrekturmaßnahmen zur Folge. Hier findet innerhalb von 6 Monaten eine erneute Begehung statt, um zu prüfen, ob der Lieferant die Maßnahmen umgesetzt hat und jetzt mit C oder besser bewertet werden kann. Bewertungen mit E ziehen sofortige Stornierungen der Aufträge und eine Sperrung des Produzenten für weitere Aufträge nach sich.[69]

43 Produktionsstätten von risikobehafteten Ländern liegen derzeit in China, 12 in der Türkei, sieben in Bangladesch, vier in Pakistan, drei in Myanmar und zwei in Kambodscha. Jeweils eine befindet sich auf Sri Lanka, in Albanien und auf den Philippinen.[70] Seit dem Jahr 2017 sind verschiedene Entwicklungen erkennbar: Die Anzahl der mit A bewerteten Hersteller ist von 1% auf 14% angestiegen. Gleichermaßen sank der Anteil der mit „ungenügend" bezeichneten Lieferanten von 12% auf 4%. INTERSPORT Deutschland verfügt zudem in 2019 über keine nicht eingetragenen oder anderweitig auditierten Lieferanten mehr (siehe Tabelle).

Ergänzend zu den sozialen Nachhaltigkeitsfaktoren der BSCI-Auditierung ermittelt die IIC vorerst in einem Pilotprojekt seit Ende 2018 auch ökologische Faktoren. Dies erfolgt mittels der Business Environmental Performance Initiative (BEPI), die bisher die Umweltleistung von drei unserer Produzenten bewertet hat.[71]

amfori BSCI-Verhaltenskodex

Unser Unternehmen verpflichtet sich, die im amfori BSCI-Verhaltenskodex nachstehend aufgeführten Arbeitsprinzipien zu beachten.

amfori BSCI-Grundsätze

Das Recht der Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
Unser Unternehmen achtet das Recht der Arbeitnehmer, Gewerkschaften oder andere Formen von Arbeitnehmervereinigungen zu bilden und Kollektivverhandlungen zu führen.

Angemessene Vergütung
Unser Unternehmen achtet das Recht der Arbeitnehmer auf eine angemessene Vergütung.

Arbeitsschutz
Unser Unternehmen gewährleistet ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld, indem es Risiken bewertet und alle erforderlichen Maßnahmen ergreift, um diese Risiken zu beseitigen oder zu mindern.

Besonderer Schutz für jugendliche Arbeitnehmer
Unser Unternehmen gewährt allen Arbeitnehmern, die noch nicht erwachsen sind, besonderen Schutz.

Keine Zwangsarbeit
Unser Unternehmen ist in keiner Form an Knechtschaft, Menschenhandel oder unfreiwilliger Arbeit beteiligt.

Ethisches Wirtschaften
Unser Unternehmen duldet keinerlei Korruption, Erpressung, Veruntreuung oder Bestechung.

Keine Diskriminierung
Unser Unternehmen bietet Chancengleichheit und diskriminiert keine Arbeitnehmer.

Zumutbare Arbeitszeiten
Unser Unternehmen hält sich an das Gesetz hinsichtlich der Arbeitszeiten.

Keine Kinderarbeit
Unser Unternehmen stellt keine Arbeitnehmer unter dem gesetzlichen Mindestalter ein.

Keine prekäre Beschäftigung
Unser Unternehmen stellt Arbeitnehmer auf der Grundlage dokumentierter Beschäftigungsverhältnisse in Übereinstimmung mit dem Gesetz ein.

Umweltschutz
Unser Unternehmen ergreift die erforderlichen Maßnahmen zur Vermeidung von Umweltschäden.

Grafik: amfori

[72] BSCI-AUDITIERUNG	2017		2019		2019 IIC	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Exklusivmarken-Lieferanten gesamt	98	/	99	/	412	/
Davon in risikolosen Ländern	22		25		46	
Davon in risikobehafteten Ländern	76	100%	74	100%	366	100%
Bewertung mit A (hervorragend)	1	1%	10	14%	14	4%
Bewertung mit B (gut)	7	9%	10	14%	25	7%
Bewertung mit C (akzeptabel)	44	58%	51	68%	307	84%
Bewertung mit D (ungenügend)	9	12%	3	4%	6	1%
Bewertung mit E (nicht akzeptabel)	-	-	-	-	-	-
Kein Eintrag	9	12%	-	-	14	4%
Andere Auditierung	6	8%	-	-	-	-

UNSERE EXKLUSIVMARKEN[79]

ENERGETICS Fitness	FIREFLY Lifestyle und Funsport
GENESIS Fahrräder und Zubehör	Outdoor-Bekleidung
NAKAMURA Fahrradbekleidung	
TECNOPRO Winter-, Wasser- und Racketsport	PRO TOUCH Running und Teamsport

Fotos: Unsplash

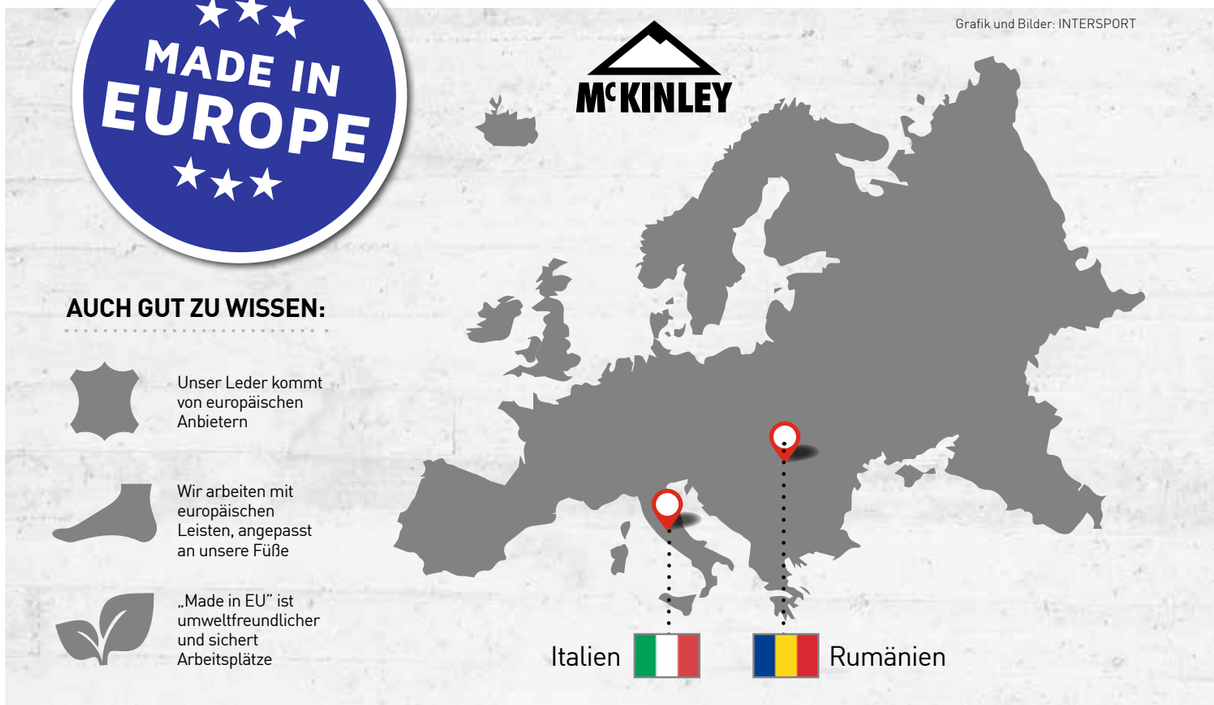
NACHHALTIGKEITSTREIBER EXKLUSIVMARKEN

Eine Herausforderung in Bezug auf die Nachhaltigkeit bei unseren Lieferanten ist die Transparenz. Wir wollen unsere Lieferantenbeziehungen so transparent gestalten, wie es wünschenswert und nötig ist. Die Herausforderung entsteht dabei aus unserer Händlerstruktur. Wir können zwar Einfluss auf die Produktion unserer Exklusivmarken nehmen (siehe Tabelle), nicht jedoch auf die unserer Strategic Brands bzw. Fremdmarken. Unsere Exklusivmarken können unsere Endkunden ausschließlich in den Läden unserer Händler und online auf intersport.de erwerben.[73]

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Wahrnehmung dieser Exklusivmarken als INTERSPORT-Marken bei unseren Kunden weiter zu erhöhen. Das Bewusstsein der Verbraucher um die Verfügbarkeit dieser Exklusivmarken bei unseren Händlern kann noch deutlich gesteigert werden. Daher ist das gemeinsame strategische Ziel im internationalen INTERSPORT-Verbund, diese Marken weiter zu stärken. Der Anteil soll in Zukunft bis zu 25% am Gesamtumsatz ausmachen. Durch eine Stärkung dieser Exklusivmarken können wir die entsprechenden Lieferanten dazu bewegen, ihre Produktionsprozesse und -mittel noch nachhaltiger zu gestalten.[74]

Die Produktion von Outdoorschuhen der Exklusivmarke McKINLEY erfolgt bereits aus Nachhaltigkeitsaspekten hauptsächlich in Europa und ist mit dem „Made in Europe“ Label (siehe Bild) gekennzeichnet. Die italienischen und rumänischen Produktionsstätten gelten als Vorzeigebetriebe hinsichtlich transparenter Prozesse und sozialer Verantwortung für die Mitarbeiter. Alleine in Rumänien sind ca. 850 Menschen beschäftigt, die jährlich rund 900.000 Schuhpaare in Handarbeit herstellen. Die Produktion der Schuhe in Europa schafft Arbeitsplätze und sorgt für kürzere Lieferwege mit vergleichsweise geringerem Emissionsausstoß.[75]

Um die nachhaltige Ausrichtung unserer Exklusivmarken weiter voranzutreiben, hat die INTERSPORT International Corporation (IIC) in ihrem CSR-Bericht fünf Kategorien von Eco Sustainability Goals (siehe Tabelle oben[76]) aufgestellt, die für die Bereiche Bekleidung, Hartware und Schuhe gelten. Unsere Lieferanten erfüllen bislang alle von der IIC vorgegebenen Standards in Bezug auf diese Nachhaltigkeitsziele und werden sich auch an die zeitlichen Vorgaben zum Verzicht auf einzelne Substanzen halten können.[77] Zudem hat die Responsible Down Standard (RDS) Zertifizierung Konsequenzen für unsere Lieferanten: Es dürfen nur noch Daunen als Nebenprodukt der Schlachtung in unseren Jacken verwendet werden.[78] Diese und weitere Vorgaben, die das Tierwohl betreffen, sind in unserer Animal Welfare Policy (siehe Handlungsfeld „Umwelt und Tierwohl“) aufgeführt.



Grafik und Bilder: INTERSPORT

ZIELSETZUNG	BEKLEIDUNG	HARTWARE	SCHUHE
Verzicht auf PFC	100% bis 2019	100% bis 2025	100% bis 2025
Verzicht auf PVC	-	100% bis 2025	-
RDS – zertifizierte Daunen	100% bis 2019	100% bis 2019	-
Mitgliedschaft „Better Cotton Initiative“. Verwendung von Ersatz für konventionelle Baumwollstoffe	Laufend bis 2025	-	-
Erhöhung der Verwendung von wasserlosem Färben	Laufend		
Reduzierung der Verwendung von „virgin plastic“	30% bis 2025		
Reduzierung der Verwendung von Plastik für Verkaufsverpackungen	50% bis 2025		
Erhöhung der Verwendung von recycelten Materialien	Laufend		

Grafik und Bilder: INTERSPORT

THINK RESPONSIBLY

FOR A BETTER FUTURE

MATERIAL

RECYCELTES POLYESTER

- ECO-Membrane - Wiederverwertung von nicht nachwachsenden Rohstoffen
- Reduzierung des Rohölverbrauchs
- Reduzierung von Müll

AQUAMAX eco
AQUABASE eco
VENTMAX eco

ECO-MEMBRANE

- Eco-Membrane 100% wasserdicht
- PFC- freie wasserabweisende Ausrüstung
- schneller abbaubar
- OEKO-TEX STANDARD 100

S.Café ICE-CAFÉ FABRIC by Syntec

S.CAFÉ

- auf gemahlenem Kaffee basierender Stoff, produziert in einem energiesparenden Prozess
- optimales Temperatur-Management
- sehr schnell trocknend
- natürliche Geruchskontrolle

VEREDELUNG

PFC free

PFC FREE

- 100% Fluorcarbon-freie wasserabweisende Ausrüstung

ANTI-MOSKITO

- natürliches Insekten-abwehrendes Biozid basierend auf Zitronen-, Lavendel- und Eukalyptus-Öl-Extrakten
- biologisch abbaubar
- OEKO-TEX STANDARD 100

DRYPLUS eco

DRY PLUS ECO

- auf natürlichen Rohstoffen basierende, zertifizierte Veredelung von miDori
- optimales Feuchtigkeitsmanagement
- natürlich abbaubar

WASSER- UND ENERGIEEINSPARUNG

SOLUTION DYE

- Färbeprozess mit reduziertem Verbrauch von Wasser
- energiesparend
- Reduzierung umweltschädigender Abgase

TIERSCHUTZ

RESPONSIBLE DOWN STANDARD R·D·S CERTIFIED

RDS-ZERTIFIZIERT

- führender Standard bei Tierschutz im Daunen- und Federbereich
- weder Lebendrupf noch Stopfmast

amfori Trade with purpose

Wir sind Mitglied von amfori BSCI und amfori BEPI, welche sich die Verbesserung der Sozial- und Umweltauswirkungen der globalen Supply Chain zum Ziel gesetzt haben. www.amfori.org

GREENLABEL „THINK RESPONSIBLY“

Unser Bestreben nach nachhaltigen Produktionswegen zeigen wir neuerdings mittels eines von der IIC entwickelten „Think Responsibly“-Labels. Erfüllt die Herstellung eines Produkts mindestens eines der Kriterien (siehe Abbildung Label[80]), wird es mit einem „Think Responsibly“-Anhänger an der Ware ausgezeichnet. Umweltbewusste Produktionsvorgänge in den Bereichen „Material“, „Veredelung“, „Wasser- und Energie-Einsparungen“ sowie „Tierwohl“ werden in dieser Auszeichnung berücksichtigt. [81]

THINK RESPONSIBLY

PLANUNG EINER EIGENEN CSR-EXKLUSIVMARKE

Zunehmend wird der Wunsch nach einem noch stärker ausgeprägten Fokus auf Nachhaltigkeit bei INTERSPORT Deutschland an uns herangetragen. Bei der Umsetzung dieses Wunsches sind bezüglich unserer Lieferanten und Exklusivmarken verschiedene Wege denkbar:

Wir möchten in Bezug auf die Produktionsbedingungen unserer Exklusivmarken noch transparenter werden und eine Nachhaltigkeitsbewertung der verwendeten Rohstoffe aufzeigen. Eine Lösung wäre es, ein etabliertes CSR-Siegel basierend auf externen Gutachten einzuführen.[82]

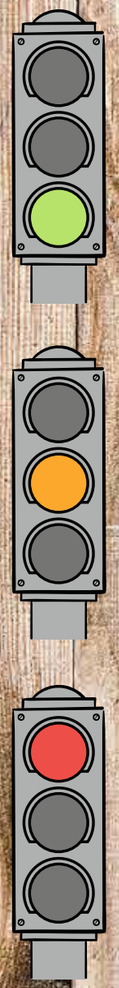
Zudem vernehmen wir den Wunsch unserer Kunden nach einer eigenen 100% nachhaltigen Exklusivmarke. Bereits in einigen Jahren könnten wir nach Aussage unseres Vorstandsvorsitzenden Dr. Alexander von Preen eine Sportartikel-Marke oder Kollektion zu unserem Portfolio zählen, deren Produktionsprozess den neuesten Nachhaltigkeitsstandards und CSR-Grundsätzen entspricht. Die dazu benötigten Produktionsstätten lägen wünschenswerterweise wie bei unseren McKINLEY-Schuhen ausschließlich innerhalb Europas.[83] Wie heute schon vereinzelt umgesetzt, könnte diese Kollektion aus komplett recycelten Fasern hergestellt werden und so zu einem Leuchtturmprojekt werden.[84]

Mit der Entwicklung einer solchen eigenen Recycling-Kollektion würden wir dem beschriebenen Trend nach CSR und Nachhaltigkeit folgen und ihn aktiv weiter mitgestalten. Bisher landen noch ungefähr 70% der jährlich 53 Millionen Tonnen produzierten Textilfasern auf Mülldeponien. Eine steigende Anzahl von Unternehmen und Initiativen widmen sich deshalb der Wiederverwendung und dem sogenannten Upcycling.

Eine der interessanten Initiativen von Wiederverwendung ist die Umwandlung und das Schreddern von ausgemusterten Kleidungsstücken, die zu neuen Artikeln, Decken oder Garnen verarbeitet werden. Eine der neuesten Entwicklungen ist derzeit, Garn aus eingesammeltem Ozeanplastik herzustellen, um daraus Turnschuhe, Polohemden oder Taschen zu nähen.[85]

UMSETZUNG UND BEWERTUNG

DER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS 2017



HANDLUNGSEMPFEHLUNG AUS DEM CSR-BERICHT 2017	**UMSETZUNGSSTATUS** DER HANDLUNGSEMPFEHLUNG
Einführung eines INTERSPORT „Green Labels“ mit ökologisch vorteilhafter Funktion.	„Think Responsibly“- Label zusammen mit der IIC erfolgreich eingeführt.
Mit Lieferanten ohne Subcontractor arbeiten, um die Einhaltung der ökologischen und sozialen Standards über die erste Lieferantenebene hinaus sicherstellen zu können.	Qualitätskontrollen werden ständig durchgeführt, dabei kann zukünftig mehr Kontrolle über den Einsatz von Subcontractors erlangt werden.
	Keine Handlungsempfehlungen aus 2017 wurden mit „rot“ beurteilt.

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

Foto: Unsplash

Foto: Unsplash

UMWELT UND TIERWOHL

Fotos: INTERSPORT

UMWELT UND TIERWOHL

Als INTERSPORT Deutschland wollen wir die Auswirkungen unseres unternehmerischen Handelns auf unsere Umwelt und unser Klima so gering wie möglich halten. Daher sind wir bestrebt, Ressourcen und Emissionen bestmöglich einzusparen, für Wiederverwertung und Recycling einzustehen und Tier-Leid zu minimieren.

RESSOURCEN SCHONEN FÄNGT IM KLEINEN AN

Jeder einzelne von uns kann ein ökologisches Bewusstsein entwickeln und entsprechend handeln. Bereits kleine Maßnahmen können Skaleneffekte erzielen. Daher setzt sich INTERSPORT Deutschland in der Zentrale dafür ein, Maßnahmen zur Ressourcenschonung zu ergreifen. Die Optimierungsvorschläge stammen dabei von unseren Kollegen und Kolleginnen. Wir prüfen diese und setzen die Vorschläge möglichst schnell und unkompliziert um.[86]

So haben wir z.B. 2018/2019 auf Vorschlag von Mitarbeitern im Bereich Food & Beverage auf Mehrwegflaschen und -becher umgestellt. In Kooperation mit unserem Caterer wurden To-Go-Becher abgeschafft und durch Mehrwegbecher ersetzt. Gleichzeitig wurde ein Pfandsystem für Yoghurt- und Müsli-Gläser eingeführt, um Plastikmüll zu vermeiden (siehe Bild). Gleichermaßen verzichten wir nun auf Plastik-Strohhalme und Einweggeschirr und ersetzen Einmalportionen an Kaffeestationen durch Zucker- und Milchspender. Ist Einweggeschirr unumgänglich, verwenden wir Geschirr aus nachwachsenden Rohstoffen wie Palmblättern oder Holz.

Regionales Obst und Gemüse erhalten wir in Pfandkisten, um Verpackungsmüll zu vermeiden. Diese Initiativen könnten wir in Zukunft auch bei internen Messen und Großveranstaltungen in den Event-Hallen unserer Zentrale umsetzen. Hier sind ggf. Einsparungen beim Plastikverbrauch um 20-30% möglich.[87]

Eine Veränderung unserer Car Policy hin zu sparsameren Autos zahlt mittlerweile darauf ein, den CO_2-Ausstoß zu minimieren. Zusätzlich könnten weitere Kompensationsmöglichkeiten von CO_2 bei Reisetätigkeiten unserer Mitarbeiter eingeführt werden.[88]

Größere Kartonagen und Folien werden als Wertstoffe recycelt und veräußert. Für die effiziente Verarbeitung der Kartonagen haben wir in eine Kartonpresse investiert.[89]

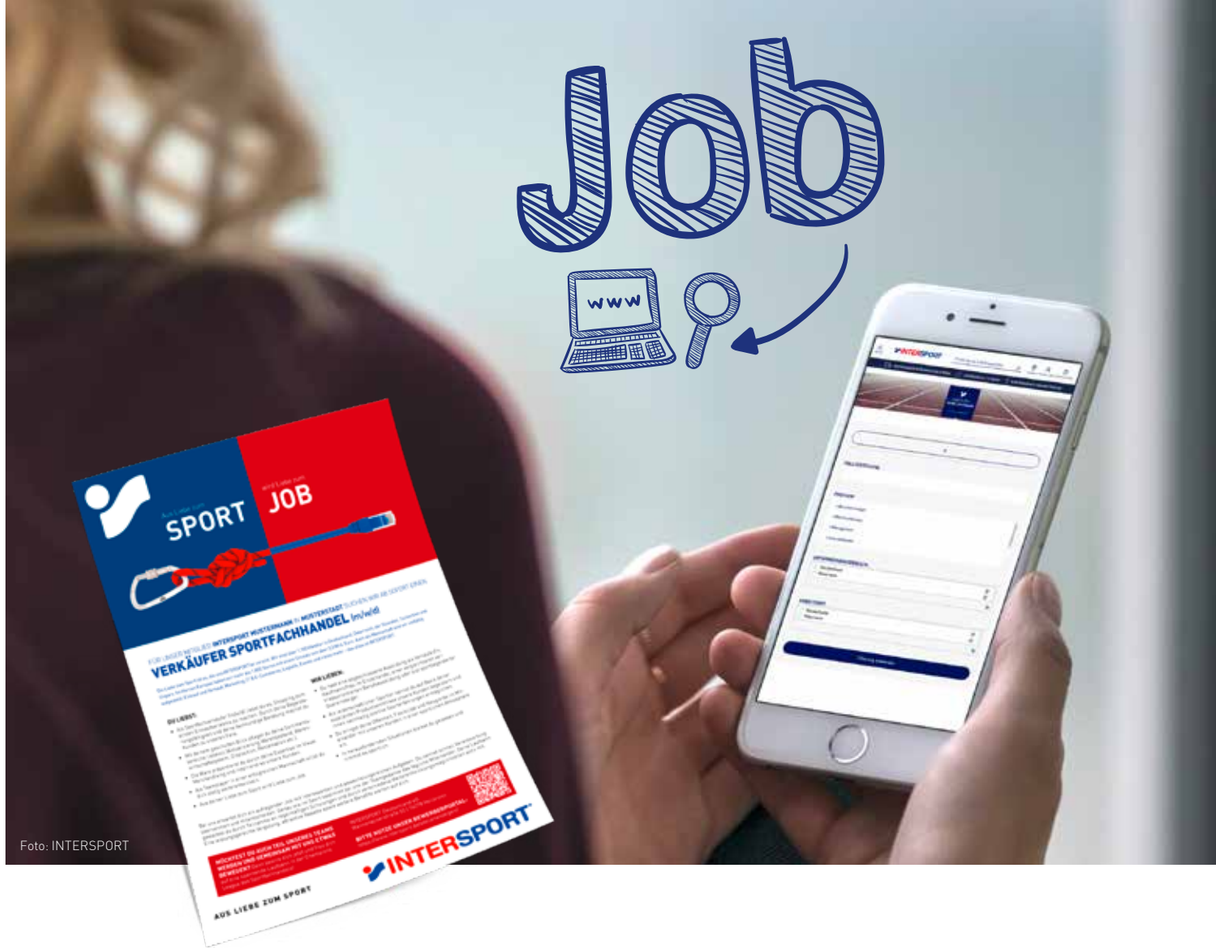


Foto: INTERSPORT

DIGITALISIERUNG GEGEN PAPIERVERBRAUCH

Mit der Umstellung interner Prozesse, insbesondere in der Personalverwaltung, gehen wir seit 2018 aktiv den Papierverbrauch in unserer Zentrale von INTERSPORT Deutschland an.

Dazu haben wir digitale Mitarbeiterakten eingeführt sowie die Reisekosten- und Gehaltsabrechnungen für unsere Mitarbeiter digitalisiert. Nach anfänglichen Herausforderungen finden inzwischen rund 70% der genannten Verwaltungsprozesse digital statt, wodurch signifikant Papier eingespart werden kann.[90] Zudem konnten wir in den vergangenen Jahren einen Rückgang an papierbasierten Bewerbungen verzeichnen. Lediglich 1,9% aller Bewerbungen gingen zwischen Juli 2018 und September 2019 bei uns in Papierform ein.[91]

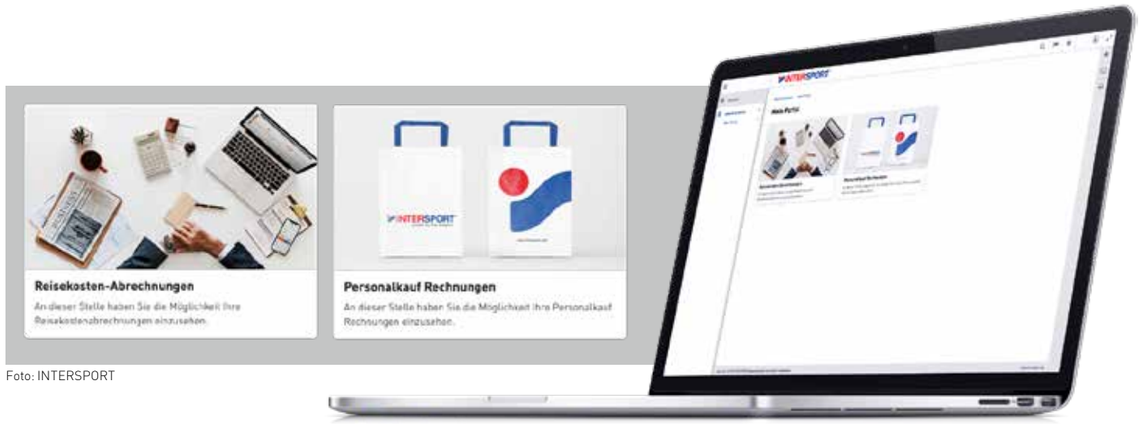


Foto: INTERSPORT

ÖKOLOGISCHE BETRACHTUNG DER LOGISTIK-ERWEITERUNG

Eine bedeutsame Veränderung am Standort der Zentrale von INTERSPORT Deutschland in Heilbronn ist der Bau einer neuen Lagerlogistik-Halle mit Inbetriebnahme zum Jahresende 2019. Im Handlungsfeld „Mitarbeiter" können die Auswirkungen der Erweiterung im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit entnommen werden. Nachfolgend betrachten wir die ökologischen Aspekte:

Ziel der Modernisierung ist es, die Logistikdienste zu konsolidieren und Prozesse, die bei Dienstleistern in der Umgebung abgewickelt wurden, in Heilbronn zu zentralisieren. Dadurch sparen wir langfristig Kosten, Transportwege und Verpackungsmaterial ein. Durch die Prozessoptimierung und Konsolidierungseffekte werden alleine bis Ende des Jahres 2019 rund 100.000 bis 150.000 weniger Pakete abgewickelt. Bei ca. einem Euro an Verpackungsmaterial und im Schnitt 2,80 Euro an Versandkosten pro Paket bedeutet dies wirtschaftliche Einsparungen von etwa einer halben Million Euro. Hinzu kommt die Reduktion von Fahrten zu anderen Zwischenlägern, wodurch wir im Jahr rund 350 LKW-Fahrten weniger benötigen werden.[92]

Bereits bei der Planung der Logistikerweiterung haben wir Energieberechnungen durchgeführt und den neuesten technologischen Stand zur Einsparung von Ressourcen berücksichtigt.

Im Logistikbereich wurde die Förderbandstrecke von 1,8 km auf 4 km erweitert. Durch entsprechende Energiesparmaßnahmen gelingt uns trotz der Erweiterung eine Halbierung des Energieverbrauchs.[93]

Die Energieeinsparungen erzielen wir,

- indem wir bei der Fördertechnik von 400V- auf 24V-Motoren mit Elektrorollen und geringerer Wartungsintensität umgestellt haben.
- indem die Fördertechnik nach wenigen Sekunden, in denen sie nicht benutzt wird, in einen energiesparenden Modus schaltet.
- indem wir rund 8.000 Euro je Motor in geräuschärmere und energiesparendere Motoren investiert haben.[94]

Als Teil der Logistikerweiterung haben wir zudem ein neues Behälterlager für rund 160.000 Lieferantenkartons (etwa 8.000 Holzpaletten) gebaut. 74 elektrisch betriebene so genannte Lagerregal-Shuttles transportieren in diesem Hochregallager Waren von A nach B. Über Regalbediengeräte werden diese angehoben, um unsere Mitarbeiter körperlich zu entlasten. Um Energie für den Rückweg zu einem zentralen Parkplatz einzusparen, parken die Shuttles bei Nicht-Verwendung auf der Strecke. In der neuen Lagerhalle können zudem die Lieferantenkartons als Behälter anstelle von Paletten gefördert werden. Dadurch werden Gabelstapler eingespart und unsere Kommissionierplätze schneller versorgt.[95]

„NEUE FÖRDERTECHNIK: HALBER ENERGIEVERBRAUCH BEI MEHR ALS DOPPELTER STRECKE."

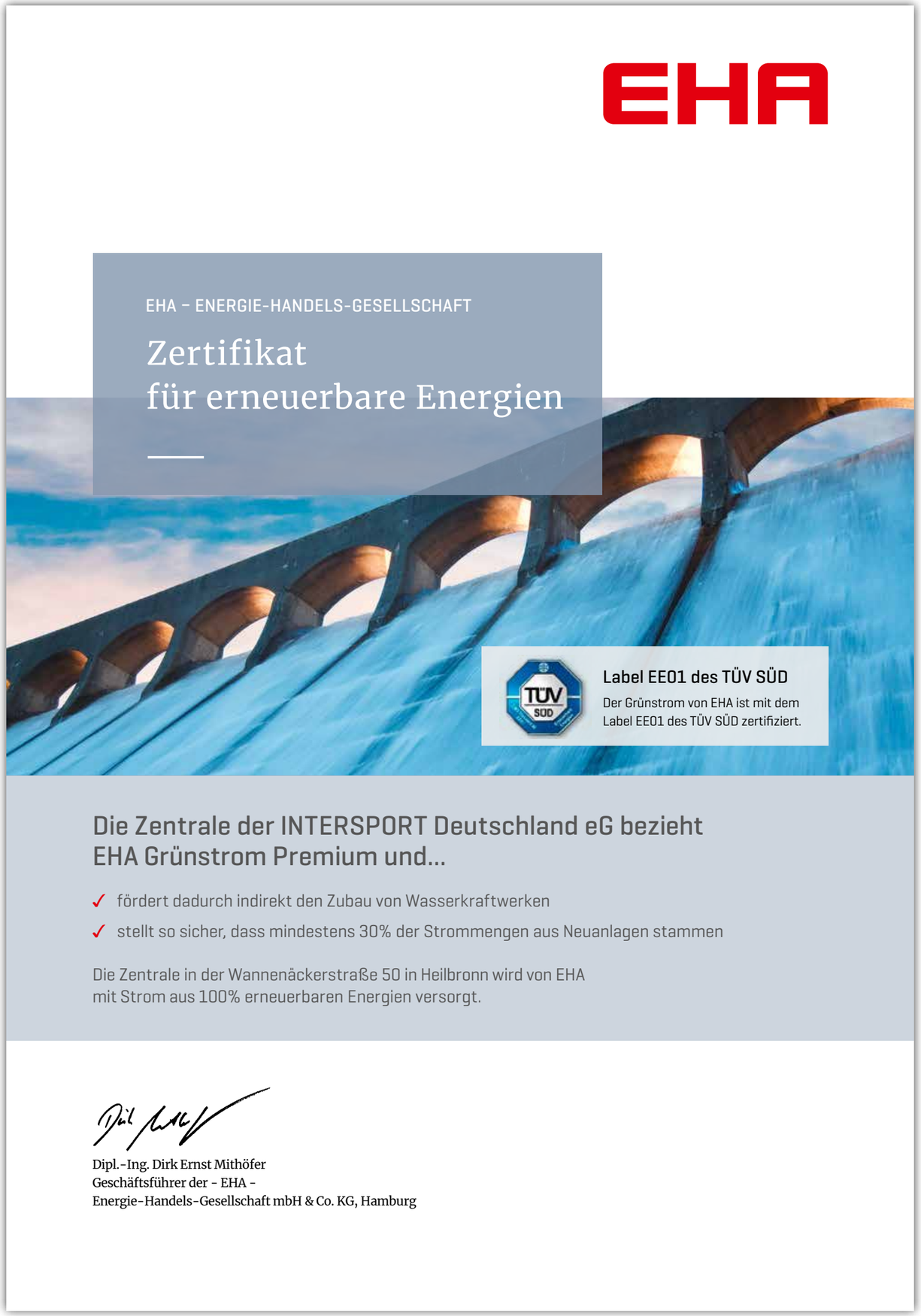


Foto: INTERSPORT

NEUES BELEUCHTUNGSKONZEPT SPART ÜBER 50% STROM

Um für unsere Mitarbeiter ein angenehmes Arbeitsumfeld zu schaffen und Energiesparpotenziale zu realisieren, wurden die Beleuchtungs- und Belüftungsanlagen in Teilen der Logistik und des Lagers angepasst.

Die Beleuchtung im Logistikbereich wurde mit neuester LED-Technik ausgestattet, die mit dem Tageslicht gekoppelt ist und automatisiert Helligkeit reduziert oder die Beleuchtung gänzlich ausschaltet. Von einem ursprünglichen Verbrauch von 77.000 kWh im Jahr bei vorheriger Bestandsbeleuchtung aus Leuchtstoffröhren konnten wir durch den Leuchtmittelwechsel unseren Strombedarf auf 38.000 kWh senken. Dadurch erzielen wir zusätzlich eine Halbierung der Stromkosten.[96]

Um unseren Energiehaushalt weiterhin so ressourcen- und umweltschonend wie möglich zu gestalten, setzen wir zur Versorgung unserer Zentrale zu 100% auf erneuerbare Energien (siehe Bild/Zertifikat). Zudem lassen wir in jährlichen, externen Energie-Audits nach DIN EN 16247-1[97] weitere Einsparpotenziale ermitteln, die wir in internen Maßnahmen umsetzen.[98]

WAS TIERSCHUTZ FÜR UNS BEDEUTET – ANIMAL WELFARE POLICY

Unser Ziel ist es, für die von Tieren stammenden Materialien, die für unsere Exklusivmarken verarbeitet werden, eine rücksichtsvolle Tierhaltungspraxis und Behandlung von Tieren anzustreben. Die Vorschriften dieser Praxis sind in unserer Animal Welfare Policy festgeschrieben.[99]

Zum Schutz der Tiere verpflichten wir darin alle Exklusivmarken-Lieferanten von INTERSPORT Deutschland, nationale und internationale Tierwohl-Rechte einzuhalten sowie die vom Farm Animal Welfare Council aufgestellten fünf Freiheiten zu beachten:

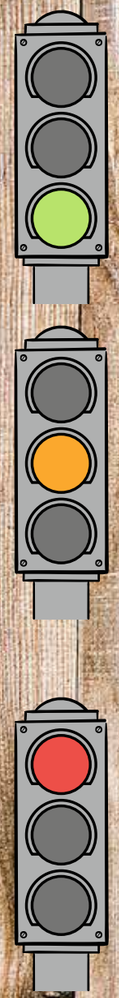
- Freiheit von Hunger und Durst,
- Freiheit von Unbehagen,
- Freiheit von Schmerz, Verletzung oder Krankheit,
- Freiheit zum Ausleben normalen Verhaltens und
- Freiheit von Angst und Leiden.[100]

Wir haben dazu verschiedene Richtlinien festgelegt: Für die Produkte dürfen nur Haare von lebenden Nutztieren und Daunen, Federn sowie Leder ausschließlich von Tieren stammen, die für die Fleischproduktion geschlachtet werden. Unseren Exklusivmarken-Lieferanten ist es verboten, Tierversuche durchzuführen. Die Verwendung von Fell und Pelzen schließen wir mit Ausnahme von Schaf-Fell, Leder oder Kunstpelz aus.[101] Diese Tierschutzrichtlinie für unsere Exklusivmarken haben wir 2018 überarbeitet und ergänzt.

Auch lokal in unserer Heilbronner Zentrale setzen wir uns aktiv für Tierschutz ein. Wir schufen eine Brut-Möglichkeit für Turmfalken. Im April 2018 wurden in 30 Metern Höhe Nistkästen für die Vögel an unserem Hochregallager installiert. Im selben Jahr konnten wir per Live-Kamera (siehe Bild) und ohne die Tiere zu stören, beobachten, wie ein Turmfalkenpaar dort vier Jungvögel aufzog.[102]

UMSETZUNG UND BEWERTUNG

DER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS 2017



HANDLUNGSEMPFEHLUNG AUS DEM CSR-BERICHT 2017	**UMSETZUNGSSTATUS** DER HANDLUNGSEMPFEHLUNG
Pappkaffeebecher in der Kantine unattraktiver machen.	Es werden ausschließlich Porzellanbecher angeboten.
Überprüfung, ob die Papierabfälle der Zentrale getrennt entsorgt werden	Abfälle werden inzwischen überall in verschiedenen Behältern getrennt und entsorgt.
Einführung klarer Vereinbarungen für den internen Mitarbeitereinkauf („Pick"), um unnötigen Kartonverbrauch in der Zentrale zu vermeiden.	Pläne zur Wiederverwendung der Kartonnage liegen vor, werden allerdings bislang nur teilweise umgesetzt.
CO_2-Fußabdrücke der Produkte erstellen als weiteres Entscheidungskriterium für Endkunden.	Noch nicht umgesetzt.
„Stresstest"[103] zur Ermittlung der Folgen für INTERSPORT von allen globalen ökologischen Veränderungen. Darin werden alle möglichen Szenarien durchdacht, die Auswirkungen auf das Geschäftsmodell von INTERSPORT Deutschland haben könnten.	Noch nicht umgesetzt.

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

Foto: Autana

Foto: Südstadtkids

GESELLSCHAFT

Foto: INTERSPORT

GESELLSCHAFT

Unser übergeordnetes Ziel ist es, Menschen zu mehr Sport und Bewegung in Verbindung mit einem gesunden Lebensstil zu motivieren. Wir sind in Deutschland ansässig und wollen dort wirken und dort etwas zurückgeben, wo wir beheimatet sind. Über die genossenschaftliche Struktur ist dies lokal, regional und national möglich. Regionales Engagement findet sowohl am Standort unserer Zentrale in Heilbronn als auch an vielen Standorten unserer Mitglieder statt. Unsere Mitglieder als selbstständige Unternehmer und Händler entscheiden dabei eigenständig darüber, welche lokalen und regionalen Projekte sie unterstützen wollen.[104]

Für unsere Entscheidung zu einem nationalen gesellschaftlichen Engagement legen wir als INTERSPORT Deutschland einige Kriterien zugrunde: Von uns geförderte Projekte auf nationaler Ebene sowie die entsprechenden Organisationen müssen zu uns und unseren Werten passen und im sportlichen und bewegungsfördernden Umfeld aktiv sein. Unser Schwerpunkt liegt in Outdoor, Fitness und Running, sowie bei Lauf- und Wintersportveranstaltungen.[105]

PROFI-VERTRAG FÜR QUERSCHNITTSGELÄHMTEN

Im Sinne unseres weiteren gesellschaftlichen Engagements, Menschen mit Schicksalsschlägen wieder in den Alltag zurück zu verhelfen, begleiten wir Michael Wiese bereits seit vier Jahren. Nach einem Fußballunfall ist Michael von der Hüfte abwärts querschnittsgelähmt. Wir ermöglichten dem Triathleten bereits 2017, den Wings for Life World Run mittels Virtual-Reality-Brille vom Sofa aus mitzuverfolgen. [106]

Unter dem Motto „The Comeback of Hope" trat er nach intensivem Training 2018 bei ebendiesem Lauf selbst an und schaffte es, 1.234 Meter auf eigenen Beinen zu laufen. Daraufhin erhielt Michael Wiese (siehe Bild) als erster Querschnittsgelähmter von uns einen Profi-Athleten-Vertrag. Für uns ist es inspirierend zu erleben, wie solche Menschen mit ihrem Schicksal umgehen und ihren Weg zurück in einen Alltag wiederfinden. Daher unterstützen wir Michael Wiese dabei, als Speaker anderen Menschen mit ähnlichem Schicksal Mut durch das Erzählen seiner Geschichte zu machen.[107]

Foto: INTERSPORT

INITIATIVE FÜR MEHR BEWEGUNG STATT BILDSCHIRM

Gemeinsam mit unserer Sponsoring-Agentur Jung von Matt / Sports unterstützten wir 2018 die Aktion „#BleibAmBallStattimNetz", deren Anliegen es ist, auf die steigende Internetsucht bei Kindern und Jugendlichen hinzuweisen.[112]

Um in diesem gesellschaftskritischen Thema ein Statement für mehr Bewegung und weniger Zeit vor den Bildschirmen zu setzen, gestalteten wir eine besondere Initiative bei einem Fußball-Bundesligaspiel. Ziel dieser Aktion war es, die Kinder und Jugendlichen direkt dazu aufzufordern, mehr Sport zu machen.[113]

SOS KINDERDORF

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

Foto: INTERSPORT

DER GESELLSCHAFT DEUTSCHLANDWEIT ZURÜCKGEBEN – UNSER NATIONALES ENGAGEMENT

Seit 2017 besteht unsere Kooperation mit den SOS-Kinderdörfern in Deutschland. Unser gemeinsames Ziel ist es, benachteiligten Kindern und Jugendlichen Zugang zum Sport zu ermöglichen und ihre Sportwünsche zu erfüllen. Mit 150 Standorten deutschlandweit ist der SOS-Kinderdorf e.V. der ideale Partner für uns als Händlernetzwerk.[108]

Gemeinsam mit dem SOS Kinderdorf-Verein haben wir bereits Fußballplätze in den SOS Kinderdörfern gebaut und Fußballturniere veranstaltet. Im Jahr 2018 haben wir auch unsere Mitglieder in das Engagement aktiver eingebunden. Auf freiwilliger Basis wurden Ideen entwickelt für einen Tag des Sports in den Kinderdörfern. So entstand für 300 Kinder ein buntes Spiel-, Spaß- und Sportprogramm aus Torwandschießen, Kinder-Yoga und sportlichen Olympiaden. Auch Mal- und Bastelangebote wurden von rund 60 Mitarbeiter in den Kinderdörfern Württemberg, Kaiserslautern und der Pfalz betreut. Am Ende des Tages waren die Kinder ebenso wie die Mitarbeiter begeistert vom gemeinsamen Erlebnis-Tag (siehe Bild). In Zukunft planen wir weitere solcher Tage im Rahmen unseres Coporate Volunteering.[109]

Mit rund 25.000 Euro jährlich unterstützt INTERSPORT Deutschland die SOS-Kinderdörfer bei der Ausrichtung solcher Aktivitäten oder beim Bau von Sporteinrichtungen.[110]

Um diesen Kindern individuelle Sportwünsche zu erfüllen, integrieren wir sie vereinzelt auch in weitere bestehende Partnerschaften. So konnten wir fußballbegeisterte Kinder bereits in das Stadion der TSG Hoffenheim mitnehmen. Im Anschluss wurden die Trikots der Hoffenheimer Spieler versteigert. Die daraus erzielten 5.000 Euro gingen als zusätzliche Spende an die SOS-Kinderdörfer. Für die Zukunft wollen wir den Kindern noch individueller bei der Erfüllung ihrer Träume helfen.[111]

Grafik: INTERSPORT & BUGA

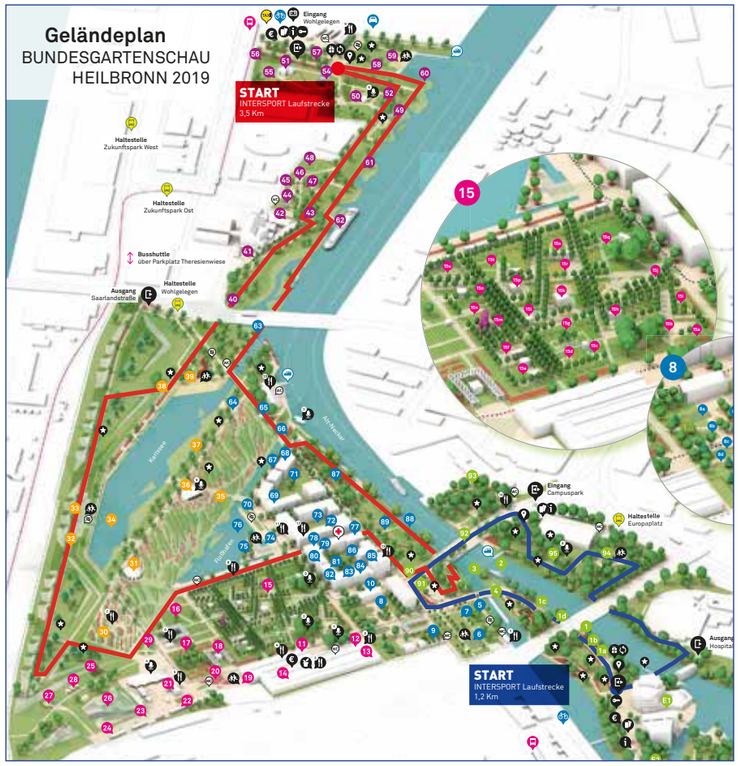


Foto: Südstadtkids

Foto: Autana

REGIONALES ENGAGEMENT IN HEILBRONN

Neben dem sozialen Engagement unserer Händler in ihrem jeweiligen Umfeld engagieren wir uns als INTERSPORT Deutschland auch regional am Standort unserer Zentrale in Heilbronn.

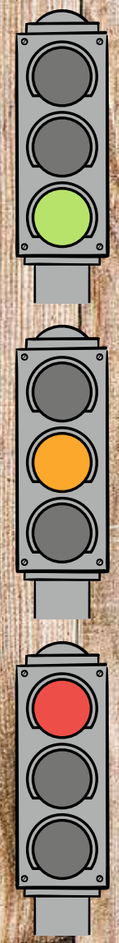
Als offizieller Partner der Bundesgartenschau 2019 (BUGA) in Heilbronn sponserten wir eine Vielzahl an sportlichen Angeboten auf dem Gelände. Highlights sind die 1.200 und 3.500 Meter langen Lauf- und Walkingstrecken mit Wegweisern und Motivationssprüchen, die auch nach Beendigung der Gartenschau weiterhin bestehen bleiben. Unsere Mitarbeiter aus der Heilbronner Zentale nahmen zum Abschluss der BUGA an einem „Abschieds-Run" auf diesen Laufstrecken teil. Für fitnessinteressierte Besucher gab es zudem verschiedene Kursangebote wie Yoga im Park, Functional Fitness oder Aero Dance sowie einen Stand-up-Paddling-Verleih.[114]

Unsere Exklusivmarke McKINLEY entwarf eine eigene Kollektion für die Mitarbeiter der Bundesgartenschau. Bestehend aus Polo-Shirts, Regen- und Soft-shelljacken waren diese in den BUGA-Farben gestaltet. Mit unserem Sponsoring haben wir somit die gesamte Sportkompetenz von INTERSPORT Deutschland präsentiert.[115]

Über das BUGA-Engagement hinaus unterstützen wir im direkten Umkreis unserer Heilbronner Zentrale soziale Projekte. In der ersten Jahreshälfte 2019 kam aus unserer Mitarbeiterschaft eine Spende zusammen, die von der Geschäftsleitung auf 2.000 Euro aufgerundet wurde. Die Summe haben wir zwei gemeinnützigen Organisationen gespendet, die sich um benachteiligte Kinder kümmern. Ein Teil der Spende ging an die Autana-Stiftung[116] Heilbronn, die ein Sport- und Ausflugsangebot für behinderte Kinder schafft, der zweite Teil an die Initiative Südstadtkids[117], die ein breites Förderangebot für Kinder und Jugendliche bietet.[118]

Ebenfalls für die Initiative Südstadtkids nahmen wir im Sommer 2019 an einem Sponsorenlauf durch die Heilbronner Innenstadt teil. Dabei konnten Laufrunden von 750 Metern in beliebiger Geschwindigkeit zurückgelegt werden. INTERSPORT Deutschland spendete pro Teilnehmer aus unserer Zentrale 30 Euro an den Kreisdiakonieverband, in den die Südstadtkids eingebettet sind.

UMSETZUNG UND BEWERTUNG
DER HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS 2017



HANDLUNGSEMPFEHLUNG AUS DEM CSR-BERICHT 2017	UMSETZUNGSSTATUS DER HANDLUNGSEMPFEHLUNG
Die Kooperation mit den SOS-Kinderdörfern weiter ausbauen und Corporate Volunteering etablieren.	Voll umgesetzt: Fußballturnier für die SOS-Kinder etabliert und Mehrzweckraum in Kinderdorf finanziert.
	Keine Handlungsempfehlung aus 2017 wurde mit „gelb" beurteilt.
	Keine Handlungsempfehlung aus 2017 wurde mit „rot" beurteilt.

Foto: Fotolia

UNSERE NÄCHSTEN **NACHHALTIGKEITSSCHRITTE** 2020/2021

Foto: INTERSPORT

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR DIE NÄCHSTEN NACHHALTIGKEITSSCHRITTE

Wir von INTERSPORT Deutschland sind bisher zahlreiche CSR-Schritte gegangen und haben verschiedene Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt. Unser Engagement im Sinne eines ganzheitlich nachhaltigen Handelns ist nichtsdestotrotz weiter ausbaufähig.

Wir streben ständig danach, in all unseren Handlungsfeldern besser zu werden. Mit diesem Ziel setzen wir uns erneut Handlungsempfehlungen für die kommenden Jahre. Diese basieren auf Einschätzungen unserer Mitarbeiter und Führungskräfte, sowie externen Workshops und Beratungen. [119]

Diese Handlungsempfehlungen dienen uns als Anreiz für unsere nächsten Schritte in Richtung eines nachhaltigen Handelns. Wir streben eine Umsetzung dieser Empfehlungen innerhalb der nächsten zwei Jahre an und werden im Nachhaltigkeitsbericht 2020/2021 erneut reflektieren, in welchem Maße die Umsetzung erfolgt ist.

HANDLUNGSFELD **UNSERE MITARBEITER**

- Wir setzen uns das Ziel der Entwicklung einer transparenten Nachhaltigkeitsstrategie, die eine übergeordnete Struktur an Maßnahmen für die einzelnen Abteilungen in der Zentrale vorgibt und damit unseren Mitarbeitern planmäßiges, nachhaltiges Handeln erlaubt. Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit kann hierdurch als Treiber für unsere Entscheidungen überprüft werden und die Verknüpfung von unternehmerischer Gesamtstrategie und Nachhaltigkeitsstrategie verbessern.
- Wir werden zukünftig verschiedene interne Kommunikationsmaßnahmen einsetzen, um die Nachhaltigkeitsthemen noch stärker im Unternehmen zu verankern und in unser tägliches Handeln aber auch in unsere Geschäftsprozesse zu integrieren.
- Wir wünschen uns in Bezug auf die zu entwickelnde Nachhaltigkeitsstrategie einen noch engeren Austausch zwischen INTERSPORT Deutschland und der INTERSPORT International Corp. (IIC), um die gemeinsame Vision und Mission zu schärfen und länderübergreifend umzusetzen.
- Mitarbeiter, die sich für Nachhaltigkeit interessieren und die bei Corporate Volunteering Aktionen engagiert sind, wollen wir als interne CSR-Botschafter einsetzen. Einhergehen könnte das mit dem Aufsetzen eines freiwilligen Mitarbeiter-Teams für die Erarbeitung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen wie z.B. Incentivierung von Fahrradfahrten, von Fahrgemeinschaften etc.
- Wir wollen unsere Mitarbeiter dabei bestärken, technische Fehler, Missstände und Optimierungspotenzial bei den jeweiligen Vorgesetzten / Verantwortlichen zu melden.
- Wir wünschen uns einen Corporate Volunteering Tag pro Jahr mit unseren Mitarbeitern und Mitgliedern, an dem sich jedes Mitglied vor Ort eine Aktion aussucht.

HANDLUNGSFELD **UNSERE MITGLIEDER & HÄNDLER**

- Wir wollen besser nachvollziehen, dokumentieren und kommunizieren, welches Mitglied bereits welche Initiativen in Sachen Nachhaltigkeit ergreift.
- Wir wollen unsere Mitglieder verstärkt dafür sensibilisieren, wie sie nachhaltig handeln können und vermitteln, warum sich eine Investition in entsprechende Aktivitäten mittel- und langfristig lohnt. Dazu können wir z.B. Unterstützung für diejenigen Händler anbieten, die den nachhaltigen Umbau ihrer Filialen oder Müll- / Energieeinsparungen planen.
- Wir wollen unsere Mitglieder dabei unterstützen, Mitarbeiter weiterzuentwickeln und attraktive Arbeitsplätze zu schaffen, u.a. durch die stärkere Einbindung von Nachhaltigkeitsthemen in das Schulungsangebot der INTERSPORT-Akademie.

HANDLUNGSFELD **UNSERE LIEFERANTEN & EXKLUSIVMARKEN**

- Wir planen die Entwicklung einer eigenen 100% nachhaltigen Exklusivmarke oder einer 100% nachhaltigen Kollektion. Diese können wir als Leuchtturmprojekt vermarkten. Dies wird die Wahrnehmung der Endkunden bzgl. unseren Nachhaltigkeitsbestreben verbessern und die INTERSPORT Deutschland sowie die einzelnen Mitglieder stärker als nachhaltige Händler positionieren.
- Wir führen eine IST-Analyse der Wertschöpfungskette ausgewählter Produkte mit dem Ziel durch, diese Prozesse ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltiger zu gestalten. Dafür gilt es, an jedem Bereich der Wertschöpfungskette ausgewählte Kennzahlen zu entwickeln, regelmäßig zu erheben und zu konsolidieren.
- Wir werden Überlegungen anstellen, wie verbrauchte oder abgenutze Artikel wieder in den Wertschöpfungskreislauf eingeführt werden können, z.B. für die Verwendung eines neuen, nachhaltigen Eigenmarkenproduktes.

HANDLUNGSFELD **UNSERE ENDKUNDEN**

- Wir wünschen uns eine noch transparentere Kommunikation der Produktionsbedingungen wie Energieverbrauch und Nachhaltigkeit der Rohstoffe als zusätzliches Verkaufsargument für nachhaltig produzierte Waren.
- Wir möchten in den sozialen Medien verstärkt in die Interaktion mit unseren Endkunden zu Nachhaltigkeitsfragen treten, um zu erfahren, worauf sie Wert legen und sie in unsere Nachhaltigkeitsthemen miteinzubeziehen.

HANDLUNGSFELD **UMWELT & TIERWOHL**

- Wir wollen klimaneutrales Reisen fördern, z.B. indem der Ausstoß der Dienstwagenflotte hochgerechnet und bspw. in Aufforstungsprojekte investiert wird. Ebenso könnten geschäftliche sowie private Bahnreisen mittels Bahncards gefördert werden.
- Wir werden Sanierungsmaßnahmen der Gebäude unserer Zentrale noch stärker zur Energieoptimierung nutzen.
- Wir wollen ein Energiemanagementsystem mit Ampelkennzeichnung einführen, woran auf einen Blick ersichtlich wird, welches weitere Optimierungspotenzial noch bearbeitet werden kann.
- Wir versuchen, den Plastikverbrauch bei internen Messen und Großveranstaltungen weiter zu verringern, um 20-30% Einsparungen zu erreichen. Weiterführende Erhebungen von ökologischen Kennzahlen zu Messen und Großveranstaltungen sind geplant.

HANDLUNGSFELD **DIE GESELLSCHAFT**

- Wir wollen unser gesellschaftliches Engagement noch stärker nach außen kommunizieren, z.B. durch Interviews oder Berichte derjenigen Mitarbeiter, die bei Corporate Volunteering Tagen beteiligt waren.
- Im Rahmen unserer SOS-Kinderdorfaktivitäten können wir die Aktionen noch passgenauer gestalten, indem wir die Kinder verstärkt nach ihren sportlichen Highlights und Wünschen fragen, um ihnen diese zu ermöglichen.

Foto: Heilbronner Stimme

HEILBRONNER ERKLÄRUNG

zur gesellschaftlichen Verantwortung des Mittelstands in der Wirtschaft

anlässlich der 12. Jahrestagung des Deutschen Netzwerks Wirtschaftsethik (DNWE) in Heilbronn vom 13.-15. September 2012

an der German Graduate School of Management and Law (GGS), (Stand 15.09.2012)

ANHANG

ANHANG

PRÄAMBEL

Wir, Unternehmen, Institutionen und Individuen aus ganz Deutschland mit Fokus auf Baden-Württemberg, Bayern und der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken sind der Überzeugung, dass Vertrauen zwischen Marktteilnehmern eine Kernvoraussetzung für das erfolgreiche Betreiben unternehmerischer Wertschöpfung ist. Aktuell hat das gesellschaftliche Vertrauen in die Marktwirtschaft als solches unter dem Eindruck der vergangenen Krisen gelitten. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, wollen wir mit dieser Erklärung ein Zeichen setzen: Eigeninitiativ und freiwillig verpflichten wir uns gegenseitig dazu, die gesellschaftliche Verantwortung, die wir als Institutionen und erfolgreiche Unternehmen tragen auf lokaler wie auf globaler Ebene wahrzunehmen.

Dabei wollen wir über das Maß des „Selbstverständlichen", d.h. die gesetzlichen Vorgaben und Mindeststandards deutlich hinausgehen. Unser Ziel ist es, nicht nur in den Bereichen Management, Technologie und Dienstleistung weltweit führend zu sein. Wir wollen auch im Hinblick auf unternehmerisches Verantwortungsbewusstsein und ökologisches und soziales Engagement neue Maßstäbe setzen.

Im Zuge der Globalisierung ist ein Wirtschaftsklima entstanden, in dem ökonomische Funktionalität als Entscheidungsfaktor nicht nur an erster Stelle steht, sondern gleichzeitig andere Kriterien als irrelevant und unökonomisch außer Kraft setzt – im Rahmen der unternehmerischen Internationalisierung auch ethische Überlegungen. Dies ist in der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2007 bis 2009 sehr deutlich zutage getreten. Zum Teil war hier durch Informationsmissbrauch und Risikoverschleierung Markttransparenz nicht mehr gewährleistet. Durch die Umgehung gesetzlicher Vorgaben konnten Marktteilnehmer Wettbewerbsvorteile erlangen. Dies widerspricht unserer Auffassung von verantwortungsvollem Wirtschaften unter ökonomischen, ethischen, sozialen, ökologischen und langfristigen Aspekten.

In vielen Institutionen und Unternehmen ist eine Erwartungshaltung an Führungskräfte und Mitarbeiter entstanden, die nur noch das unreflektierte Ausführen einer kurzfristigen gewinnmaximierenden Strategie beinhaltet. Auf diese Weise wird verantwortliches Handeln einseitig beschränkt. „Verantwortliches Handeln" im umfassenden Sinn bedeutet für den Bereich der Wirtschaft, sowohl privatökonomische als auch national- und globalökonomische Dimensionen sowie ökologische und soziale Kriterien in Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen und gegeneinander abzuwägen, um Lösungen zu finden, die möglichst allen Interessensgruppen in gleicher Weise gerecht werden – auch denen, die noch nicht geboren sind.

ERKLÄRUNGSTEXT

Wir haben in den letzten Jahren bereits unter Beweis gestellt, dass wir nicht nur daran interessiert sind, international und global konkurrenzfähig zu bleiben, sondern dass wir darüber hinaus auch den Bedürfnissen unserer Stakeholder gerecht werden. Stakeholder sind alle diejenigen, die am Handeln eines Unternehmens oder einer Institution in irgendeiner Weise beteiligt oder interessiert sind. Damit stehen wir in vorderster Reihe, wenn es darum geht, einen Ausweg aus der vielbeschworenen „Vertrauenskrise der Wirtschaft" zu finden, denn wir haben erkannt: Ohne Vertrauen – sei es zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden, Zulieferern oder Kooperationspartnern, sei es zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft – ist kein nachhaltig erfolgreiches Wirtschaften möglich. So hängt z.B. in Unternehmensnetzwerken und sogenannten Clustern der Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen wesentlich von der Entwicklung einer vertrauensvollen Zusammenarbeit ab. Der Aufbau einer Vertrauensstellung ist die Basis für eine gewinnbringende Partnerschaft, die den gegenseitigen Austausch fördert und das Erreichen gemeinsamer Ziele ermöglicht. Uns ist bewusst, dass diese Vertrauensgrundlage nur dann erhalten bleiben kann, wenn wir sie uns jeden Tag neu erarbeiten, und jeder einzelne unserer Mitarbeiter sich glaubwürdig dafür einsetzt.

Uns ist außerdem bewusst, dass wir als Institutionen und wir als international erfolgreiche Unternehmen eine besondere Vorbildfunktion innehaben. Als „Rückgrat der deutschen Wirtschaft" befindet sich der Mittelstand einerseits in einer herausragenden Position, gerade wenn es um erfolgreiches Management und Innovation geht. Andererseits stehen mittelständische Unternehmen nicht zuletzt dank ihrer meist flachen Unternehmensstrukturen, ihrer Nähe zur Gesellschaft und der tiefen Verwurzelung in ihrer Region für reflektiertes, nachhaltiges und werteorientiertes Handeln. So haben wir als Unternehmen und Institutionen trotz des wachsenden globalen Drucks daran festgehalten, die CSR-Gedanken von Fairness, Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit in unseren jeweiligen branchenspezifischen Wertschöpfungsprozessen zu gewährleisten.

Aus diesem Selbstverständnis heraus gehört insbesondere auch der Mittelstand zu den maßgeblichen Vorreitern und Unterstützern von gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen, d.h. Corporate Social Responsibility" (CSR). Nach der Definition der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2011 beinhaltet dies „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft." Im modernen Verständnis wird CSR zunehmend als ein ganzheitliches, alle Nachhaltigkeitsdimensionen integrierendes Unternehmenskonzept aufgefasst, das alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge eines Unternehmens zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung umfasst, die über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen (Compliance) hinausgehen.

Um tatsächlich einen Wandel zu mehr Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung von Unternehmen und Institutionen zu bewirken, und um die Vorreiterrolle, in der wir uns sehen, glaubhaft einzunehmen, ist es in unseren Augen notwendig, mehr zu tun als von der Politik oder der Gesellschaft verlangt wird. Angestrebte Standardisierungen wie etwa im Dokument der Global Reporting Initiative oder „ISO 26000" der International Organization for Standardization halten wir zwar für einen Schritt in die richtige Richtung, sind uns aber gleichzeitig darüber bewusst, dass solche Standards lediglich ein erstes Mindestmaß an gesellschaftlicher und nachhaltiger Verantwortung definieren. In unserer Tradition als Institutionen und Mittelstands- bzw. Familienunternehmen versuchen wir CSR gemäß der oben genannten ganzheitlichen Definition über das ISO-Berichtswesen hinaus bereits authentisch zu leben und konkret umzusetzen.

Da wir auch andere zur ethischen Reflexion ihres Handelns und zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung anregen wollen, gehen wir diese gegenseitige Verpflichtung ein, und fordern gleichzeitig jede und jeden dazu auf, unserem Beispiel zu folgen.

„Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden." Diese Idee der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2011 setzen wir im Nachfolgenden um.

FREIWILLIGE SELBSTVERPFLICHTUNG

Mit unserer Unterschrift verfolgen wir eine Vision:

- Achtsam und verantwortungsvoll mit unserer natürlichen Umwelt umzugehen;
- Keine Ausbeutung von Mensch und Umwelt bei unseren unternehmerischen und institutionellen Aktivitäten und in unserem unternehmerischen und institutionellen Umfeld zuzulassen;
- Menschen im In- und Ausland gesunde Arbeitsbedingungen durch faire Bezahlung und Behandlung zuzusichern;
- Auch andere Marktteilnehmer in unserem unternehmerischen und institutionellen Netzwerk zum nachhaltigen Wirtschaften zu bewegen;
- In der globalen Wirtschaft ein menschenfreundlicheres Entscheidungsklima im Sinne einer nachhaltigen Unternehmens- und Organisationskultur zu erzeugen;
- Die Gestaltung CSR-freundlicher Strukturen in Unternehmen und Institutionen voranzutreiben und die Prinzipien ethisch reflektierter Unternehmensführung weiterzuverbreiten;
- Unser Tun an der Idee der Generationengerechtigkeit auszurichten, damit uns, unseren Kindern und unseren Enkelkindern in aller Welt eine lebenswerte Zukunft bewahrt bleibt.

Daraus leiten sich unsere Mission und folgende konkrete Handlungsansätze ab:

- Wir recherchieren und analysieren bei institutionellen und unternehmerischen Entscheidungen initiativ über mögliche Konsequenzen und Risiken. Dabei berücksichtigen wir die Interessen von betroffene/n Gruppen (z.B. mittels Stakeholderdialogen) und orientieren uns an sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien.
- Wir sensibilisieren und informieren unsere Mitarbeiter, Partner und Kunden über den hier beschriebenen, werteorientierten und ganzheitlichen CSR-Ansatz.
- Wir nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung ab sofort, freiwillig und bei uns selbst beginnend wahr.
- Wir verfolgen das Ziel, CSR als Wertschöpfungsfaktor langfristig in unsere Unternehmenskultur, -strategie sowie in unsere unternehmerischen und institutionellen Prozesse zu integrieren.
- Wir verstehen unsere „CSR-Strategien" nicht nur als Marketinginstrument (missbräuchlich: Green/ Social Washing), sondern als gelebte CSR, die die Würde der Menschen anerkennt und sich unserer Gesellschaft verpflichtet.
- Wir hinterfragen unsere vorhandenen CSR-Projekte kritisch, erweitern sie und fassen sie zu einer CSR-Strategie zusammen und oder integrieren sie in unserer Unternehmensstrategie. Wir unterstützen die Entwicklung von definierten und messbaren CSR-Kategorien und CSR-Indikatoren zum Benchmarking innerhalb unserer Branchen und darüber hinaus (siehe z.B. ISO 26000).
- Wir treiben den Diskurs über Nachhaltigkeit und CSR weiter voran und verknüpfen theoretische Ansätze mit praktischen Erfahrungen aus unserem aktiven Netzwerk.
- Wir kommen unserem Streben nach gesellschaftlicher Verantwortung mit bestem Wissen und Gewissen nach und fördern dauerhafte Prozess zur Implementierung in unseren Unternehmen und Institutionen.
- Wir treffen uns zunächst innerhalb des nächsten Jahres mehrfach zur gemeinsamen oben formulierten Zielerreichung von Maßnahmen, Indices/Kategorien oder Benchmark, z.B. im Rahmen von Qualitätsmanagement. Die Heilbronner Erklärung ist zeitlos. Ziel ist es langfristig diese Initiative und Idee weiterzuführen und weiterzuentwickeln.
- Wir teilen unsere Erfahrungen und Errungenschaften und wie wir zur Erreichung der oben genannten Ziele beigetragen haben der Öffentlichkeit im September 2013 in einer gemeinsamen Veranstaltung mit.

ENDNOTEN

1 Heilbronner Erklärung siehe Anhang und https://www.polymundo.de/heilbronner-erklaerung/

2 Heilbronner Erklärung siehe Anhang und https://www.polymundo.de/heilbronner-erklaerung/

3 Polymundo AG: https://www.polymundo.de

4 Birgit Gündisch ist freiberuflich für die Polymundo AG tätig.

5 Im Rahmen einer 360-Grad-Betrachtung des Themas Nachhaltigkeit wurden für frühere Berichte zusätzlich weitere der INTERSPORT Deutschland eG angehörige oder ehemals angehörige Personen befragt. Zusätzliche Interviewpartner der vorherigen CSR-Berichte 2014/2015 und 2016/2017: Kim Roether (ehemaliger Vorstandsvorsitzender), Marko Zitzelsberger (Division Manager Produktmanage-ment), Andrea Vogt (Leiterin Technik, Energie FM), Hansjörg Stähle (Mitglied und Aufsichtsratsmitglied), Severine Böllinger (Absatzpla-nung und Disposition), Afsah Alumia Khan (CSR-Beauftragte IIC), Klaus Bader, Martin Seibert, Simon Rosendorf

6 Weitere Unterzeichner der Heilbronner Erklärung waren die Firmen (nach alphabetischer Reihenfolge): Bera, Berner, CSI, GGS, Heilbronner Stimme, Hirschmann Laborgeräte, INTERSPORT, Marbach, Martin Priebe - Beratung & Training, Sedus Stoll und Würth.

7 Weiterführende Informationen: https://his-he.de/fileadmin/user_upload/Portal_Nachhaltige_Entwicklung/Indikatoren/German-G4-Part-One.pdf

8 Weiterführende Informationen: https://www.emas.de

9 Weiterführende Informationen: https://www.17ziele.de/downloads.html

10 Weiterführende Informationen: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/

11 PFC steht für Per- und polyfluorierte Chemikalien. PFC werden aufgrund ihrer imprägnierenden Eigenschaften in unterschiedlichsten Produkten eingesetzt. PFC verleihen Outdoor- und Arbeitskleidung wie Jacken oder Schuhen wasser-, fett- und schmutzabweisende Eigenschaften. Viele PFC verbleiben in der Umwelt, verteilen sich weltweit und reichern sich in Organismen an. Sie werden in Kläranlagen, in Gewässern, im Trinkwasser, in der Luft und sogar in Blut und Muttermilch nachgewiesen. Einige PFC können die Fortpflanzung schädigen und Krebs auslösen.

12 Experteninterview

13 Experteninterview

14 https://www.intersport.de/verantwortung/

15 https://www.intersport.de/verantwortung/

16 Experteninterview

17 Experteninterview; Heilbronner Erklärung: siehe Anhang

18 https://www.bmz.de/de/ministerium/ziele/2030_agenda/index.html

19 https://www.upj.de/Mitarbeiter.149.0.html

20 https://www.upj.de/Mitarbeiter.149.0.html

21 https://studylibde.com/doc/10226073/best-practice-beispiele-der-gewinner-des-csr-rankings

22 Experteninterview

23 Im Rahmen der Nachhaltigkeitstage 2016 wurde eine von INTERSPORT gesponserte Aktion zum Arbeitsweg mit dem Fahrrad durchgeführt.

24 Experteninterview

25 Experteninterview

26 Experteninterview

27 Experteninterview

28 Experteninterview

29 Experteninterview

30 Experteninterview

31 Experteninterview

32 Betriebsvereinbarung zur flexiblen Arbeitszeit vom 11.04.2019, in Kraft getreten zum 01.05.2019

33 Betriebsvereinbarung zur flexiblen Arbeitszeit vom 11.04.2019, in Kraft getreten zum 01.05.2019

34 Experteninterview; https://www.intersport.de/unternehmen/presse/intersport-vorstand-wieder-komplett/

35 Experteninterview

36 Experteninterview

37 Unternehmensinformation

38 Experteninterview

39 Unternehmensinformation

40 https://www.lowa.de/startseite.html

41 https://www.intersport-gue-sport.de/

42 BUGA = Bundesgartenschau Heilbronn 2019; https://www.buga2019.de/

43 Experteninterview

44 Experteninterview

45 Experteninterview

46 Quellen für Informationskasten: https://blog.intersport.de/intersport-postleb-warum-nachhaltigkeit-mehr-ist-als-nur-energie-zu-sparen/, Experteninterview, https://www.postleb.com/news/intersport-postleb-der-energiesparer.html, https://www.postleb.com/nachhaltigkeit.html, https://blog.intersport.de/intersport-postleb-warum-nachhaltigkeit-mehr-ist-als-nur-energie-zu-sparen/, https://www.tuetle.de/tütle/

47 Weiterführende Informationen: https://www.postleb.com/

48 https://www.postleb.com/news/intersport-postleb-der-energiesparer.html, https://www.postleb.com/nachhaltigkeit.html

49 https://www.cs.tum.de/de/buerger-handel-und-entsorger-gefragt/

50 http://www.straubing.de/de/wirtschaft-und-wissenschaft/aktuelles/2018/verplapos2018.php, http://www.plastikvermeidung.de

51 Experteninterview

52 Experteninterview

53 Weiterführende Informationen: https://www.intersport.de/unternehmen/presse/intersport-akademie-startet-online-plattform/

54 Experteninterview

55 Experteninterview

56 https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/gruener-knopf-staatliches-textilsiegel-fuer-gutes-gewissen-startet-a-1285760.html, https://www.zeit.de/die-antwort/2019-09/gruener-knopf-textilien-siegel-fair-mode

57 https://www.intersport.de/verantwortung/ und siehe Nachhaltigkeitsbericht INTERSPORT 2016/2017

58 Experteninterview

59 Experteninterview

60 Experteninterview

ENDNOTEN

61 Experteninterview
62 Unternehmensinformation und https://www.springerprofessional.de/csr-produkte-und-preisbereitschaft-die-van-westendorp-methode-am/12350466
63 Experteninterview
64 Experteninterview; Anmerkung: Nicht außer Acht gelassen werden sollte in dem Zusammenhang allerdings die Frage, inwiefern bei diesem Modell die
65 https://www.intersport.de/unternehmen/presse/sportreport/ und INTERSPORT Deutschland Sportreport 2018 und 2019
66 Experteninterview und Nachhaltigkeitsbericht INTERSPORT 2016/2017
67 https://www.intersport.de/verantwortung/produktion-und-lieferanten/, https://www.intersport.de/media/pdf/BSCI_Code_of_Conduct_2014_DE.pdf
68 Unternehmensinformation und amfori BSCI Systemhandbuch Teil II: https://www.amfori.org/sites/default/files/Part%20II%20the%20amfori%20BSCI%20monitoring%20system%20%282%29_de-DE.pdf
69 amfori BSCI-Systemhandbuch Teil II: https://www.amfori.org/sites/default/files/Part%20II%20the%20amfori%20BSCI%20monitoring%20system%20%282%29_de-DE.pdf
70 Experteninterview
71 https://www.amfori.org/content/amfori-bepi und Experteninterview
72 Unternehmensinformation
73 Experteninterview
74 Experteninterview
75 Broschüre von McKINLEY Outdoor-Equipment: McKINLEY-Schuhe – Made in Europe 2018; https://www.mckinley.de/
76 Abkürzungen der Tabelle: PFC= per- und polyfluorierte Chemikalien (siehe auch Endnote 11); RDS = Responsible Down Standard (https://responsibledown.org/), PVC = Polyvinylchlorid; SS = Spring / Summer (Frühjahr / Sommer
77 https://www.intersport.com/wp-content/uploads/2019/03/Sustainability-report-2018.pdf und Nachhaltigkeitsbericht INTERSPORT Deutschland 2016/2017
78 Unternehmensinformation
79 https://www.intersport.de/eigenmarken/; ab 2020 werden die Marken McKINLEY und ENERGETICS mit neuen Logos auftreten
80 "Think Responsibly" Label zu finden unter https://www.intersport.com/about/our-responsibilities/
81 Experteninterview und Think Responsibly Label
82 Experteninterview
83 Experteninterview
84 Experteninterview
85 Bericht aus Vogue Special Oktober 2019 und https://www.tao.info/die-erste-laufjacke-aus-dem-meer
86 Experteninterview
87 Experteninterview und Unternehmenspräsentation
88 Experteninterview
89 Experteninterview
90 Experteninterview
91 Experteninterview
92 Experteninterview
93 Experteninterview
94 Experteninterview
95 Experteninterview
96 Experteninterview und Energieaudit
97 https://www.beuth.de/de/norm/din-en-16247-1/149804248
98 Zertifikat und Energieaudits
99 Siehe auch: Animal Welfare Policy: http://intersport-hidden.com/wp-content/uploads/2018/12/IIC-Animal-Policy-2018.pdf
100 Animal Welfare Policy: http://intersport-hidden.com/wp-content/uploads/2018/12/IIC-Animal-Policy-2018.pdf
101 Animal Welfare Policy: http://intersport-hidden.com/wp-content/uploads/2018/12/IIC-Animal-Policy-2018.pdf
102 Artikel aus Heilbronner Stimme vom 07.08.2019: Falkenhorst am Hochregal
103 Weiterführende Informationen: https://www.bearingpoint.com/de-de/ueber-uns/pressemitteilungen-und-medienberichte/pressemitteilungen/globale-unternehmen-bestehen-nachhaltigkeits-stresstest-nicht/
104 https://www.intersport.de/verantwortung/gesellschaft/
105 https://www.intersport.de/verantwortung/gesellschaft/
106 Experteninterview und https://www.wuv.de/agenturen/agency_cup_unfallopfer_wiese_zurueck_auf_der_laufstrecke
107 Experteninterview und https://www.wuv.de/agenturen/agency_cup_unfallopfer_wiese_zurueck_auf_der_laufstrecke
108 Experteninterview und https://www.intersport.de/intersport-bewegt/
109 Experteninterview und https://blog.intersport.de/intersport-goes-sos-kinderdorf-so-einfach-machst-du-kinder-gluecklich/
110 Experteninterview
111 Experteninterview
112 https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/fussball-bundesliga-warum-die-einlaufkinder-bei-hoffenheim-gegen-dortmund-keine-augen-fuer-ihre-stars-hatten-169875
113 Experteninterview und https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/fussball-bundesliga-warum-die-einlaufkinder-bei-hoffenheim-gegen-dortmund-keine-augen-fuer-ihre-stars-hatten-169875
114 Pressebericht „BUGA Heilbronn: sportliche Angebote der INTERSPORT" und https://www.intersport.de/buga-2019/, https://www.buga2019.de/de/Veranstaltungen/veranstaltungendetail.php?id=10273, Experteninterview
115 Pressebericht „BUGA Heilbronn: sportliche Angebote der INTERSPORT" und https://www.intersport.de/buga-2019/,
116 https://www.autana-stiftung.de/
117 https://www.diakonie-heilbronn.de/was-wir-bieten/unsere-abteilungen/mitternachtsmission/suedstadtkids.html
118 Experteninterview, interner Newsletter
119 Die externen Empfehlungen stammen von der für diesen Bericht redaktionell verantwortliche Polymundo AG und einem Workshop mit Masterstudierenden.

INTERSPORT Deutschland eG
Wannenäckerstraße 50 | 74078 Heilbronn | Deutschland