



NACHHALTIGKEITS- BERICHT

DENKE GLOBAL **KAUFE LOKAL**

2020/2021



INHALTS- VERZEICHNIS



Vorwort Thomas Storck	3
Vorwort Lars Sommer & Georgios Chatzopoulos	4
Über diesen Bericht	6
Covid-19: Blitzlichtgewitter	7
INTERSPORT – BEST IN SPORTS	8
Unsere Mitarbeitenden	9
Unsere Mitglieder, Händler & Händlerinnen	12
Unsere KundInnen	13
Unsere Lieferanten und Exklusivmarken	15
Umwelt & Tierwohl	20
Gesellschaft	23
Unser Weg zu noch mehr Nachhaltigkeit	24



Vorwort Thomas Storck

Chief Financial Officer
INTERSPORT DEUTSCHLAND EG

Nachhaltigkeit und Gesundheit gehen Hand in Hand. Sport ist für viele Menschen die Grundlage, um ihrem Körper nachhaltig Kraft zu verleihen. Für mich ist es zum Beispiel immer ein ganz besonderes Gefühl, die reinigende Kraft der Natur direkt zu spüren, wenn ich nach einem Regenschauer draußen laufen gehe. Grundsätzlich stelle ich mir dabei die Frage, was ich im Sinne der Nachhaltigkeit wirklich brauche und was ich tun kann, um meine sportlichen Aktivitäten bestmöglich auszuüben. Zum einen geht es mir um meine persönliche Gesunderhaltung, zum anderen aber auch um meinen Beitrag für die Umwelt.

Diese Bedeutung schwingt auch in unserem Purpose der INTERSPORT mit: „Mit unserer Liebe zum Sport inspirieren wir Menschen zu einem besseren Leben.“ In erster Linie meinen wir damit natürlich die Inspiration zu Sport und Bewegung an sich. Denn ist es nicht wunderbar, dass das, was uns Menschen Spaß macht – nämlich sportlich aktiv zu sein – gleichzeitig gut für unsere Gesundheit ist? Zudem möchten wir mit den Produkten, die wir verkaufen, in unserer Zentrale sowie in den Geschäften vor Ort unseren Beitrag zu einem besseren Leben leisten.

Dies ist mir nicht zuletzt ein ganz persönliches Anliegen. Im Pfälzer Wald aufgewachsen, durfte ich früh nachhaltige Gartenwirtschaft mit Kompost statt Dünger kennenlernen. Seitdem habe ich das Thema Nachhaltigkeit zu meinem Lebensprinzip gemacht: Mir ist wichtig, Nachhaltigkeit auch im Alltag zu leben - was nicht heißt, dass meine Klimabilanz schon perfekt ist.

Gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen und dem gesamten Team der INTERSPORT machen wir uns stark, um die Klimabilanz der INTERSPORT weiter zu verbessern und die CSR-Schwerpunkte immer tiefer in unserer Genossenschaft zu verankern und

weiterzuentwickeln. Dabei fokussieren wir uns auf die sechs Handlungsfelder Mitarbeitende, Mitglieder, KundInnen, Lieferanten und Exklusivmarken, Umwelt und Tierwohl sowie Gesellschaft.

Dies spiegelt sich auch in der neuen strukturellen Ausrichtung unserer Zentrale wider. Unter der Leitung von Lars Sommer haben wir den Bereich Nachhaltigkeit geschaffen, um das Thema Nachhaltigkeit für die gesamte INTERSPORT zu koordinieren. Ein natürlicher Schwerpunkt als Fachhändler ist der Bereich Ware. Hier konzentrieren wir uns besonders auf nachhaltige Herstellung, Zertifizierung und das Labeling unserer Exklusivmarken sowie die nachhaltige Zusammenarbeit mit Lieferanten und Industriemarken.

Unser Fokus für die kommenden Monate richtet sich auf die Erarbeitung der INTERSPORT-Nachhaltigkeitsstrategie. Unser klares Ziel ist es dabei, als Vorbild andere zu inspirieren – alle, die heute und morgen guten Gewissens Sport treiben möchten.

Herzliche Grüße

Thomas Storck
Vorstand (CFO)
INTERSPORT Deutschland eG

VORWORT

Lars Sommer & Georgios Chatzopoulos

Leiter Standortmanagement und Nachhaltigkeit & Senior Manager Qualitätssicherung

INTERSPORT DEUTSCHLAND EG

Corporate Social Responsibility ist für die INTERSPORT nicht nur ein Trendbegriff, sondern verdeutlicht eine Grundeinstellung des gesamten Unternehmens.

Dafür setzen wir uns mit unseren KollegInnen in den nächsten Monaten verstärkt ein und entwickeln eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie für die ganze INTERSPORT.

Seit der Unterzeichnung der „Heilbronner Erklärung“ im Jahr 2012 sind wir bestrebt, unser unternehmerisches Denken und Handeln nachhaltig auszurichten. Dazu fragen wir uns immer wieder: Wie ist der Status quo? Wie sehen unsere Prozesse aus? An welchen Stellschrauben können wir drehen? Wie können wir unsere HändlerInnen einbeziehen? Wie nehmen wir unsere KundInnen auf unseren Weg mit? Wo können wir in der Zentrale besser werden? Die Antworten auf diese Fragen sind die Grundlage für konsequente Veränderungen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung.

Mit unserem nunmehr vierten CSR-Bericht möchten wir transparent zeigen, welche Veränderungen wir in Richtung Nachhaltigkeit bereits angestoßen haben.

Herzliche Grüße



Lars Sommer
Leiter Standortmanagement
und Nachhaltigkeit



Georgios Chatzopoulos
Senior Manager Qualitätssicherung
(Vorheriger CSR-Beauftragter)

In den vergangenen zwei Jahren haben wir u.a. Folgendes erreicht:

- ⊕ Im Bereich der Exklusivmarken haben wir das Label GREEN SERIES eingeführt.
- ⊕ Im Bereich Facility Management haben wir erste Initiativen angestoßen: Im Juli 2021 wurden die ersten vier E-Ladesäulen vor der Zentrale in Heilbronn in Betrieb genommen.
 - Die Erneuerung von ca. 20.000 m² Dachflächen auf dem INTERSPORT-Gelände und deren Belegung mit Photovoltaikanlagen sind bereits in Prüfung.
 - Die Car-Policy ist um E-Autos erweitert worden.

Wir freuen uns, kontinuierlich über unsere Entwicklungen im Bereich CSR und Nachhaltigkeit zu berichten. Schon heute können wir mit Stolz behaupten, dass INTERSPORT nicht mehr länger nur rot und blau ist, sondern immer grüner wird. Denn auch, wenn das INTERSPORT-Logo sicherlich rot und blau bleibt, möchten wir uns dafür engagieren, dass auch die INTERSPORT ihren Teil zu einer gesünderen Welt beiträgt.

ÜBER DIESEN BERICHT

Wir von INTERSPORT Deutschland berichten seit 2015 alle zwei Jahre transparent nach innen und außen über unsere Handlungen und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit und darüber, wie wir uns unserer unternehmerischen Verantwortung stellen. Im Rahmen unserer freiwilligen Selbstverpflichtung, die wir mit der „Heilbronner Erklärung“ im Jahr 2012 eingegangen sind, haben wir unter Berücksichtigung unserer besonderen Gesellschaftsform (der eingetragenen Genossenschaft – eG) unsere Handlungsfelder definiert. Mitarbeitende (1), Mitglieder (2), KundInnen (3), Lieferanten & Exklusivmarken (4), Umwelt & Tierwohl (5) sowie Gesellschaft (6), über die wir regelmäßig Auskunft geben.

Die Entwicklungen der Jahre 2020/2021 waren von zwei wesentlichen Faktoren geprägt: Vor allem beeinflusste natürlich die Coronapandemie auf unvorhersehbare Weise die Rahmenbedingungen unserer Geschäftstätigkeit, worauf im Folgenden näher eingegangen wird. Im Zuge einer generellen Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie möchten wir zudem unsere Verantwortung hinsichtlich sozialer, ökologischer sowie ökonomischer Belange noch tiefer in unseren strategischen Ansätzen verankern. Parallel erarbeiten wir derzeit daher eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie. Ziel dieses Berichtes ist deshalb, den aktuellen Status unseres Unternehmens in puncto Nachhaltigkeit transparent darzustellen.

Neben der Evaluation der im letzten Bericht definierten Maßnahmen betrachten wir die Veränderungen im Berichtszeitraum und geben einen Ausblick auf die Zukunft.

SEIT

2015

berichten wir **ALLE 2 JAHRE** transparent nach innen und außen über unsere Handlungen und Fortschritte im Bereich **NACHHALTIGKEIT.**

Im vorliegenden Bericht verwenden wir die Begriffe Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit synonym. Neben der Evaluation der im letzten Bericht definierten Maßnahmen, betrachten wir die Veränderungen im Berichtszeitraum und geben einen Ausblick auf die kommenden Jahre. Die Inhalte beruhen auf verfügbaren Informationen der INTERSPORT, der zuständigen internen ExpertInnen sowie Recherchen in öffentlich zugänglichen Quellen. Die genannten Kennzahlen basieren, analog dem letzten Bericht, auf einer Mischform der derzeit gängigen Nachhaltigkeitsstandards, dazu gehören etwa die Sustainable Development Goals (SDGs) der UN, die Global Reporting Initiative (GRI), das Eco Management and Audit Scheme (EMAS) und der Deutsche Nachhaltigkeitskodex.

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 wertorientiertes Handeln gegenüber Mitarbeitenden, Lieferanten, Kunden, Umwelt und der Gesellschaft.“

CORONA-KRISENMANAGEMENT:

Herausforderungen in der Verbund-Gemeinschaft gemeistert

Die Entwicklungen im Berichtszeitraum standen bei INTERSPORT — wie bei vielen anderen Unternehmen auch — stark unter dem Einfluss der Coronapandemie. Wir als Genossenschaft wollten mehr denn je für unsere Mitglieder und Mitarbeitenden da sein.

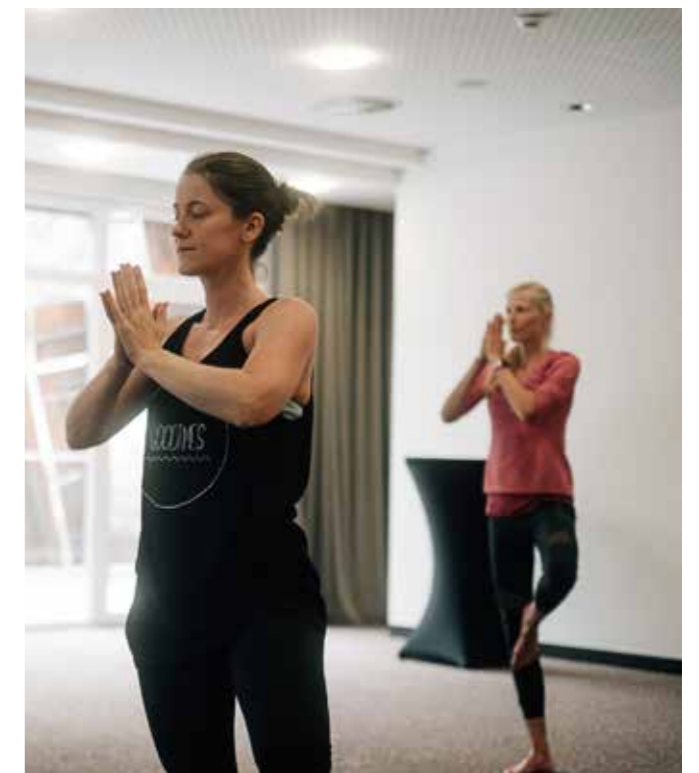
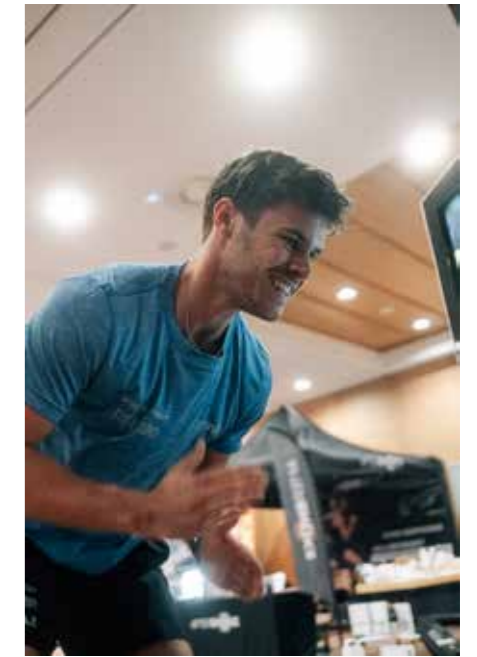
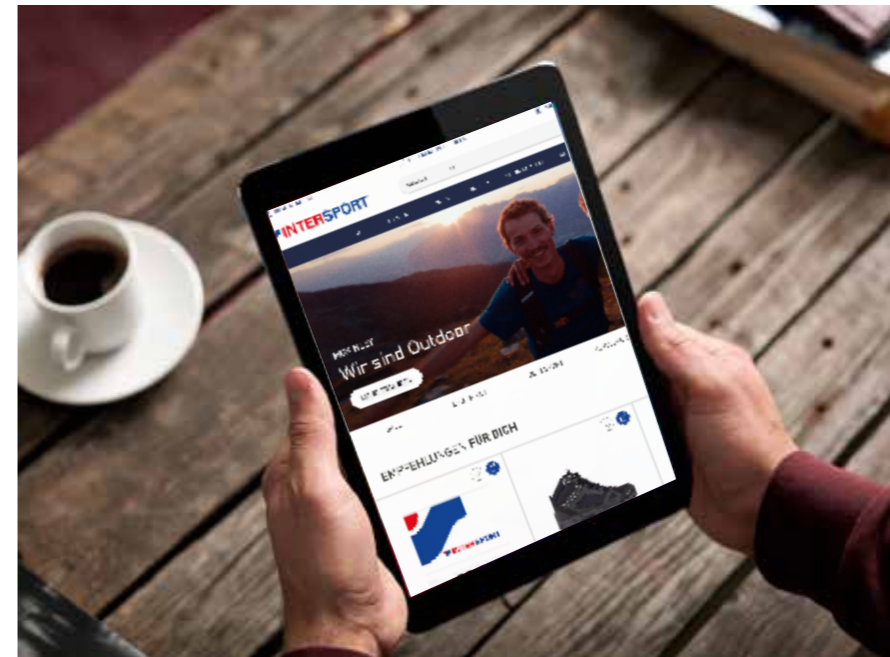
Aufgrund dieser herausfordernden Rahmenbedingungen ist das Thema Nachhaltigkeit zeitweise in den Hintergrund getreten. Einige der im letzten Bericht definierten Maßnahmen wurden nur teilweise, verzögert oder auch gar nicht umgesetzt. Dennoch haben wir die Entwicklungen transparent dargelegt und in Übersichtstabellen bewertet.

Die Arbeitsabläufe und -organisation mussten beständig an die sich ändernden Corona-Maßnahmen angepasst werden, wodurch unser Ressort Human Resources stark gebunden war. Allein die Inanspruchnahme der Kurzarbeiterregelung bedeutete einen hohen organisatorischen Aufwand. Neben Remote-Arbeit mussten beispielsweise auch in der Logistik die Arbeitszeiten neu geordnet werden. Vorstand und Betriebsrat setzten sich an unterschiedlichen Stellen für die Belange der INTERSPORT und insbesondere der Mitarbeitenden ein. Unser Betriebsrat schrieb einen Brief an Regierungsver-

treterInnen, um auf die Situation der INTERSPORT, ihrer Mitglieder und Mitarbeitenden hinzuweisen.

Auch die betriebliche Gesundheitsförderung im Sinne von sportlichen Aktivitäten war eingeschränkt und zeitweise komplett ruhend. Online-Angebote wurden nur sehr verhalten angenommen. Auch in der Kooperation mit den SOS Kinderdörfern konnten leider deutlich weniger Aktionen umgesetzt werden.

Unsere Mitglieder haben sehr unterschiedliche Entwicklungen während der Pandemiezeit erlebt. Aufgrund regional unterschiedlicher Kontaktbeschränkungen und Lockdowns war auch die Erreichbarkeit eingeschränkt, weshalb wir unsere KundInnen auf alternativen Wegen erreichen mussten. Erfreulicherweise konnten wir über die Online-Plattform von INTERSPORT — die bereits vor der Pandemie kontinuierliche Wachstumsraten verzeichnet hatte — den Kontakt zu unseren KundInnen auch in Coronazeiten weiter ausbauen.





INTERSPORT DEUTSCHLAND

UNSER GESCHÄFT IST ES
MENSCHEN ZU BEWEGEN.

BEST IN SPORTS

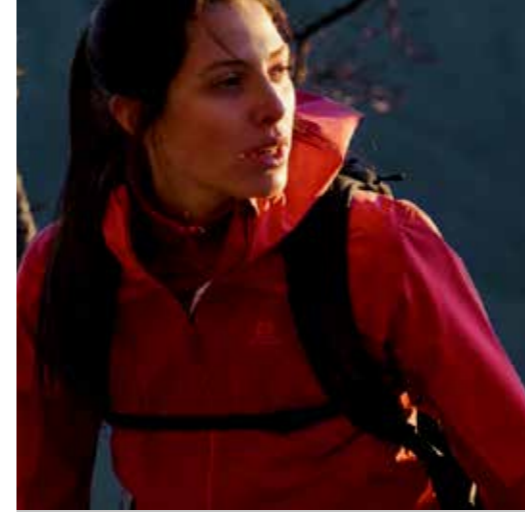
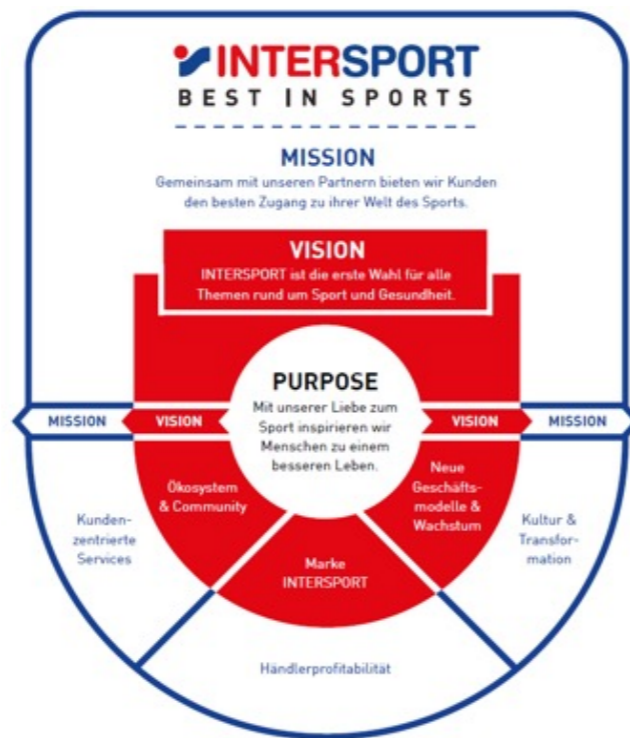
Das Herzstück dafür ist unsere Liebe zum Sport, mit der wir Menschen inspirieren und stimulieren auf ihre individuelle Art aktiv zu werden. Täglich sehen und erleben wir Sport. Sport kann das Leben bereichern, er hält uns gesund, lebendig, macht uns schneller, beweglicher, ausdauernder, teamfähiger und manchmal sogar besser. Und wir bei INTERSPORT bieten alles, was AlltagssportlerInnen und AthletInnen dafür brauchen: das richtige Produkt, eine individuelle Beratung, Inspiration und Erlebnis, den besten Service und auch den persönlichen Zuspruch, um Naturgesetze außer Kraft zu setzen und über sich hinauszuwachsen. Sport ist Begegnung — mit sich selbst und anderen. Das macht ihn so einzigartig. Denn wir sind felsenfest überzeugt: Sport ist ein Lebenselixier. Das ist unsere DNA. Von Tag eins an bewegen wir mit unseren PartnerInnen mehr Menschen als je-

der andere. Keiner kann das so wie wir es können. Das ist unsere Stärke: 3 Millionen SportlerInnen laufen bei uns aus und ein. Mit über 1.000 Champions vor Ort, 1.500 lokalen Stadien und einer Spielfläche von über 1 Million m² sind wir das Heimstadion für alle SportfreundInnen. Ein Ort der Gleichgesinnten, der Erlebnisse und der Energie. So schreiben wir Geschichten und Geschichte.

Seit über 60 Jahren sind wir der Spitzenreiter für das Geschäft rund um den Sport und die Gesundheit. Und wohin wir auch blicken, wir sehen Menschen und Möglichkeiten aktiv zu werden. Dafür legt sich jeder von uns ins Zeug, in den Geschäften vor Ort und in der digitalen Welt. So sind wir was wir immer schon waren: BEST IN SPORTS.

Seit 66 Jahren sind wir als INTERSPORT die Nummer 1 im deutschen Sportfachhandel. Getreu unserer Vision wollen wir mit der starken Marke INTERSPORT auch in Zukunft die erste Wahl für alle Themen rund um Sport und Gesundheit sein. Doch Kundschaft, Markt und Wettbewerb sind massiv im Wandel und stellen die gesamte Handelslandschaft vor große Herausforderungen. Um nachhaltig in diesem Umfeld erfolgreich zu sein, gilt es, unsere Mission mit Leben zu füllen. Denn gemeinsam mit unseren PartnerInnen wollen wir unseren KundInnen den besten Zugang zu ihrer Welt des Sports bieten. Dafür müssen wir Veränderungen vorantreiben, um die Zukunft der INTERSPORT für unsere EigentümerInnen — unsere HändlerInnen — langfristig und nachhaltig zu sichern. Mit BEST IN SPORTS haben wir eine Strategie entwickelt, mit der wir gemeinsam die Zukunft für den INTERSPORT-Verbund gestalten wollen. Die strategische Neuausrichtung unserer INTERSPORT von einer Einkaufsorganisation zu einer Innovationsgemeinschaft bildet das Fundament, um näher an die HändlerInnen und EndkundInnen zu rücken.

Einige Meilensteine von BEST IN SPORTS haben wir bereits erreicht und erste wichtige Projekte und Maßnahmen erfolgreich umgesetzt. Um die weiteren Herausforderungen zu meistern und den Unternehmenserfolg langfristig und nachhaltig zu sichern, ist es daher unsere gemeinsame Verantwortung, die Strategieumsetzung in den kommenden Jahren noch stärker zu fokussieren und zu beschleunigen.



UNSER PURPOSE:

MIT UNSERER LIEBE ZUM SPORT INSPIRIEREN WIR MENSCHEN ZU EINEM BESSEREN LEBEN.

UNSERE MISSION:

GEMEINSAM MIT UNSEREN PARTNERN BIETEN WIR KUNDEN DEN BESTEN ZUGANG ZU IHRER WELT DES SPORTS.

UNSERE VISION:

INTERSPORT IST DIE ERSTE WAHL FÜR ALLE THEMEN RUND UM SPORT UND GESUNDHEIT.

In den Diskussionen über Nachhaltigkeit geht es nicht mehr darum, ob Unternehmen eine Verantwortung für ihr Tun im Hinblick auf Nachhaltigkeit haben – heute wird gefragt, in welcher Form sie dieser Verantwortung nachkommen. Der Gesetzgeber reguliert die unternehmerischen Tätigkeiten zukünftig über das bereits beschlossene Lieferkettengesetz sowie über das CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-D). Es ist unser Anspruch und unsere Motivation, bereits heute die notwendigen Schritte zur Erfüllung dieser Vorgaben einzuleiten — unabhängig von Gesetzeszwängen.

Unsere Unternehmensstrategie (veröffentlicht im Jahr 2019) bietet bereits die Basis zur Implementierung von Nachhaltigkeit im Unternehmen. Sinnstiftendes Element — unser Purpose — ist es, unsere KundInnen durch unsere eigene Liebe zum Sport zu einem besseren Leben zu inspirieren. Als Ankerpunkt für eine klare Kommunikation und Transparenz für alle Interessengruppen entsteht so eine Haltung, die auch die Auswahl der zukünftigen GeschäftspartnerInnen beeinflussen kann.

Durch unsere strategische Positionierung und unsere eigenen Stärken können wir den Fortschritt des Unternehmens auch unter ökonomischen Gesichtspunkten gestalten.

Nachhaltigkeit soll im Rahmen der Unternehmensstrategieentwicklung über alle Wertschöpfungsketten des Unternehmens integriert werden.

Eine weitere Neuerung vor diesem Hintergrund ist die organisatorische Verortung der CSR-Verantwortlichkeit im Vorstandsbereich Facility Management von CFO von Thomas Storck. Im Zuge dessen wurden auch Budget und Mitarbeiterkapazität neu organisiert und aufgestockt.



UNSERE MITARBEITENDEN



„Wir möchten im Sporthandel weiter Maßstäbe dafür setzen, was die Vereinbarkeit von Familie & Beruf sowie die Zufriedenheit der Mitarbeitenden angeht.“

Andrea Larkens,
Leitung Human Resources



UNSERE MITARBEITENDEN

Unsere Mitarbeitenden sind das Herz unserer Geschäftstätigkeit: Ihr Engagement steht für die DNA der INTERSPORT. Wir stärken unsere Mitarbeitenden bereits seit Jahren, unter anderem im Rahmen von Betriebsvereinbarungen, Betriebsratsstrukturen, mit Aus- & Weiterbildungsangeboten sowie über Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Auch durch Neuorganisationen erschaffen wir Arbeitserleichterungen: Beispielsweise brachten die im Bericht 2018/19 präsentierten Neuerungen im Bereich Logistik weitere Automatisierungen in der Kommissionierung mit sich und es entstanden ergonomischere Arbeitsplätze. Ebenso werden die Anregungen der Mitarbeitenden zur nachhaltigen Gestaltung ihres Arbeitsumfeldes gemeinsam weiterentwickelt. So haben wir für unsere Logistikmitarbeitenden ein rollierendes System zur Entladung der Überseecontainer entwickelt. In Viererteams entladen jeweils zwei Mitarbeitende, während die anderen beiden in dieser Zeit pausieren können. Dies entlastet den Körper, einer ermüdenden Routine kann entgangen werden und gleichzeitig die Abwechslung für die Mitarbeitenden erhöht werden.

Für die Gesundheit unserer Mitarbeitenden haben wir das vegetarische Angebot unserer Kantine deutlich ausgebaut. Um die Work-Life-Balance zu stärken, haben wir zum Jahresbeginn 2021 eine Arbeitsgruppe gegründet, welche sich mit den Themen Sport und Gesundheit im betriebsinternen Kontext beschäftigt.

Die Mitarbeitenden wurden zu ihrem persönlichen Umgang mit Sport und Ernährung, ihrer Zufriedenheit mit dem bestehenden Angebot des Betriebs-



sports sowie ihren Anregungen und Wünschen für die Zukunft befragt. Aus den Erkenntnissen dieser umfassenden Umfrage werden neue Sport- und Gesundheitsmaßnahmen abgeleitet. Parallel arbeitet die Arbeitsgruppe an einem umfassenden Konzept zum betrieblichen Gesundheitsmanagement. Die Prävention soll zukünftig im Fokus stehen. Während der Coronapandemie wurden ergänzend digitale Angebote entwickelt. Seit Sommer 2021 liefen die Präsenzveranstaltungen sukzessive wieder an, die entsprechend den geltenden Hygieneregeln stattfanden.

Auch unabhängig von der Coronapandemie werden die Strukturen hin zu Remote Arbeit und New Work weiter ausgebaut. Neue Arbeitsformen und variable Arbeitsbedingungen werden insbesondere von den jüngeren und zukünftigen Arbeitsgenerationen immer stärker nachgefragt — wir kümmern uns schon jetzt um die Flexibilität für den Arbeitsplatz von morgen. Wir möchten im Sporthandel führend werden, was die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die Zufriedenheit der MitarbeiterInnen angeht.

Insgesamt suchen wir immer wieder nach Ansätzen, um die Arbeitsbedingungen für unsere Beschäftigten weiterzuentwickeln und zu verbessern.

ZIELSETZUNGEN DER MITARBEITENDEN-ARBEITSGRUPPE

„Sport und Gesundheit“

- ZIEL #1: Wir geben unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich über uns gesund zu halten.
- ZIEL #2: Wir kreieren eine gesunde Arbeitswelt.





FÜHRUNGSLEITSÄTZE & KOMPETENZMODELL

Seit unserem letzten Bericht haben wir neue Führungsleitsätze entwickelt. Unsere Führungskräfte sollen mehr Zeit für die tatsächlichen Führungsaufgaben bekommen, um das Know-how des Unternehmens zukunftssicher aufstellen zu können. Über die Definition eines neuen Kompetenzmodells sollen die zukünftig notwendigen Fähigkeiten bereits jetzt in die Unternehmenskultur einfließen.



FÜHRUNGSLEITSÄTZE: VERANTWORTUNG & SELBSTORGANISATION

- Wir kennen unsere Rolle in den Geschäftsmodellen der INTERSPORT, wissen um unseren Beitrag zum unternehmerischen Erfolg und können auf dieser Grundlage und auf Basis unserer Kompetenzen fundierte Entscheidungen treffen, die letztlich die Geschäfte unserer HändlerInnen besser machen.
- Wir treffen zukünftig mehr Entscheidungen eigenverantwortlich (bzw. in unserem Team). Mit mehr Eigenverantwortung und Selbstorganisation können wir bessere und schnellere Entscheidungen treffen und Ergebnisse erreichen.
- Wir übernehmen jederzeit die Verantwortung für unser Handeln und für das Ergebnis unserer Arbeit. Arbeiten wir im Team, leisten alle Teammitglieder ihren Beitrag zum Erfolg. Nur gemeinsam können wir erfolgreich sein!

VEREINFACHUNG & LERNEN

- Wir reduzieren Komplexität. Pragmatische Lösungen ziehen wir allumfassenden Ansätzen vor und wir richten unsere Handlungen und Entscheidungen eng an den Bedürfnissen unserer KundInnen (HändlerInnen, EndkundInnen, Industrie oder Dienstleistungszentrale) aus. Hierfür generieren wir erste Ideen, Konzepte und einsetzbare Lösungen, die wir frühzeitig mit den AnwenderInnen testen.
- Wir übernehmen Verantwortung und Eigeninitiative für die stetige Weiterentwicklung unserer Kompetenzen und Fähigkeiten. Den Raum für persönliche und berufliche Weiterentwicklung fordern wir aktiv ein.
- Wir folgen dem Grundsatz, dass jeder das Recht hat Fehler zu machen, gleichzeitig aber auch jeder die Pflicht hat, daraus zu lernen und Fehler zu korrigieren. Wir sehen Fehler als Chance, um daran zu wachsen und besser zu werden.



FOKUS & TRANSPARENZ

- Wir fokussieren uns zu jedem Zeitpunkt auf die priorisierten Aufgaben und deren konsequente Umsetzung im Rahmen der BEST IN SPORTS-Strategie. Hierdurch können wir zielgerichtet zusammenarbeiten und schnellere sowie bessere Ergebnisse erzielen.
- Wir nutzen gemeinsame Austausch- und Kommunikationsformate, um transparent zu (Projekt-)Fortschritten zu informieren und das Alignment zu den Aufgaben fachbereichsübergreifend sicherzustellen. Dies hilft uns, unseren gemeinsamen Fokus fortwährend zu schärfen und die richtigen Prioritäten zu setzen.
- Wir hinterfragen Bestehendes und heißen Veränderungen willkommen.

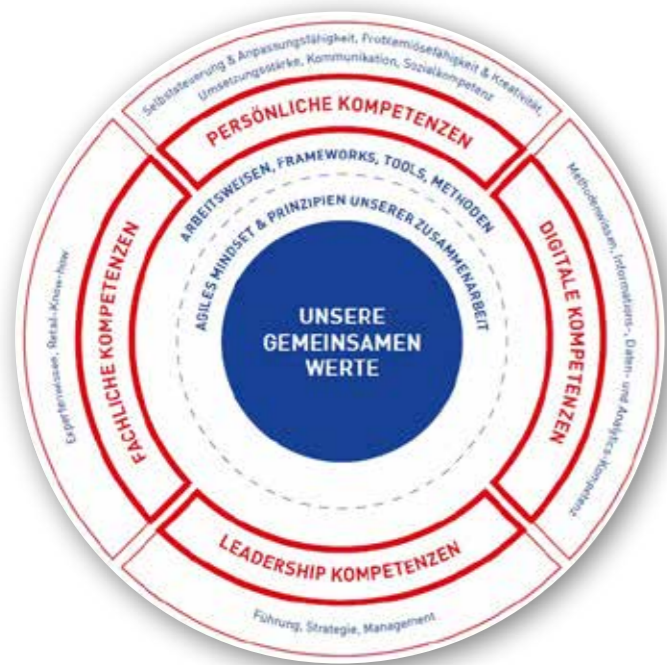


VERTRAUEN & RESPEKT

- Wir agieren auf Augenhöhe und gehen respektvoll miteinander um. Gegenseitige Wertschätzung bildet die Grundlage unserer Zusammenarbeit.
- Wir haben tiefes Vertrauen in die Fähigkeiten unserer KollegInnen und verlagern die Entscheidungskompetenz in die Bereiche, in denen die Expertise am größten ist. Unsere Kommunikation ist transparent und ehrlich, wir hören einander zu.
- Wir fördern und leben eine offene, konstruktive Feedbackkultur. Wir geben offenes, konstruktives Feedback und fordern Gleiches für uns ein. Feedback nehmen wir an, um daran zu wachsen und besser zu werden.

ACHTSAMKEIT & SELBSTREFLEXION

- Wir achten auf uns, nehmen unsere persönliche Umwelt bewusst wahr und respektieren die Gefühle und Sichtweisen Anderer. Wir streben nach einem gesunden Ausgleich zwischen Beruf und privater Welt.
- Wir schaffen Zeit und Raum für die Reflexion unserer Handlungen. Die gewonnenen Erkenntnisse, Einsichten und Feedbacks nutzen wir, um Aufgaben und die Zusammenarbeit im Team entlang der neuen Anforderung entsprechend auszurichten.
- Wir stehen für unsere KollegInnen und MitarbeiterInnen ein. Auch außerhalb der Arbeitswelt sind wir Vorbild und repräsentieren die Werte und Haltung der INTERSPORT.



INTERSPORT KOMPETENZMODELL

Durch den Aufbau und die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer persönlichen Kompetenzen in Verbindung mit spezifischen Kompetenzen, welche arbeitsplatz- bzw. tätigkeitsbezogen auf- und ausgebaut werden, schaffen wir die Grundlage für die erfolgreiche Transformation von einer Einkaufsorganisation hin zu einer Innovationsgemeinschaft. Unser Kompetenzmodell der INTERSPORT besteht aus vier Dimensionen:

1. Jede und jeder von uns benötigt folgende grundlegende persönliche Kompetenzen

- ⊕ **Selbststeuerung & Anpassungsfähigkeit:** Um Veränderungen annehmen zu können und zur persönlichen Weiterentwicklung zu nutzen sowie Motivation und Leistungsbereitschaft zu entfalten und das eigene Verhalten zu reflektieren.
- ⊕ **Problemlösefähigkeit & Kreativität:** Um neue und komplexe Aufgaben und Probleme selbstständig, flexibel und innovativ zu bewältigen und Lösungsstrategien zu finden.
- ⊕ **Umsetzungstärke:** Um unternehmerische Denk- und Handlungsweisen zu leben.
- ⊕ **Kommunikation:** Um eine erfolgreiche, fachbereichsübergreifende Zusammenarbeit zu schaffen. Um Botschaften gezielt zu vermitteln, klar zu kommunizieren und um konstruktive (Konflikt-) Gespräche zu führen.
- ⊕ **Sozialkompetenz:** Um in verschiedenen Situationen angemessen zu handeln sowie individuelle und gemeinsame Ziele zu realisieren.

2. Wir überzeugen durch fachliche Kompetenzen

- ⊕ **Expertenwissen:** An jedem Arbeitsplatz und in jeder ausgeübten Tätigkeit sind spezifische Fachkompetenzen und spezielles Know-how notwendig.
- ⊕ **Retail-Know-how:** Wir haben ein tiefes Verständnis von den verschiedenen Geschäftsmodellen der INTERSPORT im Handelsumfeld.

3. Mit digitalen Kompetenzen in die Zukunft

- ⊕ **Methodenwissen:** Im Zeitalter der Digitalisierung ist es unerlässlich im Umgang mit digitalen Tools, strukturierten Methoden und agilen Frameworks geschult zu sein, um kollaborativ und mobil arbeiten zu können.
- ⊕ **Informations-, Daten- und Analytics-Kompetenz:** Der sichere und geübte Umgang mit Daten und die Interpretation von Informationen sind erfolgskritische Fähigkeiten zur Erreichung der gesetzten Ziele.

4. Auch unsere Führungskräfte gehen mit gutem Beispiel voran und demonstrieren Leadership Kompetenzen

- ⊕ **Führung:** Unsere Führungskräfte stiften einen Sinn (Purpose), um Halt und Sicherheit im Transformationsprozess der INTERSPORT zu geben. Dabei üben sie eine Vorbildfunktion aus, indem sie die Vision und die Werte der INTERSPORT glaubwürdig leben und fördern.
- ⊕ **Strategie:** Die Strategie BEST IN SPORTS ist durch die Führungskräfte in der Organisation verankert und es wird eine Vorgehensweise zur Operationalisierung der Unternehmensziele vermittelt.
- ⊕ **Management:** Es wird ein effektives Arbeitsumfeld geschaffen, in dem unsere Mitarbeiter durch die Sicherstellung der Verfügbarkeit von Ressourcen die besten Leistungen erbringen können.

UMSETZUNG UND BEWERTUNG

der Handlungsempfehlungen aus dem CSR-Bericht 2018/2019

HANDLUNGSEMPFEHLUNG aus dem CSR-Bericht 2018/2019



Wir setzen uns das Ziel, eine transparente Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln, die eine übergeordnete Struktur an Maßnahmen für die einzelnen Abteilungen in der Zentrale vorgibt und damit unseren MitarbeiterInnen planmäßiges, nachhaltiges Handeln erlaubt. Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit können hierdurch als Treiber für unsere Entscheidungen überprüft werden; zudem lässt sich die Verknüpfung von unternehmerischer Gesamtstrategie und Nachhaltigkeitsstrategie verbessern.

UMSETZUNGSSTATUS der Handlungsempfehlung



Seit dem Frühjahr 2021 wurde das Thema Nachhaltigkeit bei INTERSPORT in der Organisation neu verankert. Wir arbeiten derzeit an der Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie, welche wir Anfang 2023 auch veröffentlichen werden.

Wir werden zukünftig verschiedene interne Kommunikationsmaßnahmen einsetzen, um die Nachhaltigkeitsthemen noch stärker im Unternehmen zu verankern und in unser tägliches Handeln sowie in unsere Geschäftsprozesse zu integrieren.

Wir erarbeiten aktuell eine Gesamtstrategie zum Thema Nachhaltigkeit. Die kommunikativen Eckpfeiler werden in den Corporate Communications verankert, die interne sowie externe Kommunikationsmaßnahmen umfassen. Dabei lebt das Nachhaltigkeitsbestreben von der aktiven Unterstützung aller MitarbeiterInnen. Umso wichtiger ist es, unsere MitarbeiterInnen transparent zu informieren und einzuladen, mit eigenen Ideen unseren gemeinsamen Weg mitzugestalten.

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.

Bei der Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie arbeiten wir mit den KollegInnen der IIC eng zusammen, um relevante Schnittstellen zu ermitteln und Synergiepotenziale im internationalen INTERSPORT-Umfeld zu erschließen.

MitarbeiterInnen, die sich für Nachhaltigkeit interessieren und die bei Corporate-Volunteering-Aktionen engagiert sind, wollen wir als interne CSR-BotschafterInnen einsetzen. Einhergehen könnte das mit der Gründung eines freiwilligen MitarbeiterInnen-Teams für die Erarbeitung von unternehmensinternen Nachhaltigkeitsmaßnahmen, z.B. der Incentivierung von Fahrradfahrten, Fahrgemeinschaften etc.

Es hat keine Umsetzung stattgefunden.

Wir wollen unsere MitarbeiterInnen darin bestärken, technische Fehler, Missstände und Optimierungspotenzial bei den jeweiligen Vorgesetzten / Verantwortlichen zu melden.

Hierin bestärken wir unsere Mitarbeitenden durch unsere neuen Führungsleitsätze sowie die implementierte BEST IN SPORTS-Strategie.

Wir wünschen uns einen Corporate-Volunteering-Tag pro Jahr mit unseren MitarbeiterInnen und Mitgliedern, an dem sich jedes Mitglied vor Ort eine Aktion aussuchen kann.

Es hat keine Umsetzung stattgefunden.



UNSERE MITGLIEDER



UNSERE MITGLIEDER

Als Genossenschaft leben wir den Nachhaltigkeitsgedanken bereits durch unsere Struktur. Mit unseren Mitgliedern erreichen wir eine deutschlandweite Verankerung in direkter Nähe zu unseren KundInnen. Auch ermöglicht diese Struktur ökonomische Nachhaltigkeit, da sie sowohl große als auch kleinere Betriebe selbstständig erhalten kann und damit Arbeitsplätze sichert sowie neue Perspektiven eröffnet.

Zur Sicherung der Genossenschaftsstruktur wollen und müssen wir grundlegende gesellschaftliche Veränderungen berücksichtigen, womit Nachhaltigkeit für alle Beteiligten zu einem essenziellen Thema geworden ist.

Nicht nur bundesweite oder gar globale, sondern auch regionale Wirtschaftsfaktoren tragen zu unterschiedlichen Entwicklungen der Mitglieder bei, was nicht zuletzt insbesondere während der Coronapandemie deutlich wurde. Zukünftig sollen die Maßnahmen der Digitalstrategie der INTERSPORT rund um unseren Omnichannel-Ansatz, der ein ganzheitliches Online- und Offline-Erlebnis ermöglicht, zum einen die Bedürfnisse unserer KundInnen erfüllen, zum anderen aber auch die Position unserer Mitglieder weiter stärken.

In Zukunft möchten wir gezielt weitere Schritte gehen, um unsere Mitglieder in ihrer Positionierung als INTERSPORT-Geschäft am Markt zu unterstützen. Sie werden in die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie eingebunden und spielen eine aktive Rolle: Schließlich sind unsere Mitglieder und deren Geschäfte Umschlagspunkt zu unseren KundInnen, deren deutschlandweite Präsenzen sind unsere Showrooms - auch für das Thema Nachhaltigkeit.



UMSETZUNG UND BEWERTUNG

der Handlungsempfehlungen aus dem CSR-Bericht 2018/2019

HANDLUNGSEMPFEHLUNG
aus dem CSR-Bericht 2018/2019



Wir wollen besser nachvollziehen, dokumentieren und kommunizieren, welches Mitglied bereits welche Initiativen in Sachen Nachhaltigkeit ergreift.

UMSETZUNGSSTATUS
der Handlungsempfehlung



Es hat noch keine Umsetzung stattgefunden.

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.

Es hat keine zielgerichtete Umsetzung stattgefunden. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden wir auch dieses Themenfeld reflektieren.

Wir wollen unsere Mitglieder dabei unterstützen, MitarbeiterInnen weiterzuentwickeln und attraktive Arbeitsplätze zu schaffen, u.a. durch die stärkere Einbindung von Nachhaltigkeitsthemen in das Schulungsangebot der INTERSPORT-Akademie.

Es hat keine zielgerichtete Umsetzung stattgefunden. Auch hier sollen im Zuge der Nachhaltigkeitsstrategie Analysen einfließen.



UNSERE KUNDINNEN UND KUNDEN



UNSERE KUNDINNEN UND KUNDEN


Bereits in den letzten Berichten haben wir uns intensiv mit den Bedürfnissen unserer KundInnen beschäftigt: zum einen über eine Trendstudie zum Sportverhalten, zum anderen durch die Implementierung eines Click & Collect-Verfahrens sowie mittels einer transparenten Kommunikation unserer CSR-Aktivitäten.

Nach wie vor geben viele Verbrauchende in Umfragen an, dass sie motiviert sind, nachhaltige Produkte auch zu einem höheren Preis zu erwerben. Unabhängig von der Preisgestaltung treibt uns vor allem die nachhaltige Gestaltung des Produktportfolios um. Das Produktportfolio sowie die Zukunft der nachhaltigen Exklusivmarken werden im Handlungsfeld Lieferanten & Exklusivmarken ausgeführt.


Mit unseren KundInnen stehen wir über unsere digitalen und analogen Kanäle im Austausch. Mit unserem INTERSPORT Club bieten wir unseren KundInnen neue und bessere Möglichkeiten, auch mit den Filialen vor Ort in Kontakt zu bleiben – sei es über unseren Click & Collect-Service oder das „Drive to Retail“-Pilotprojekt, in welchem den KundInnen ihre Bestellung per Fahrrad geliefert wird.

Wir möchten es unseren KundInnen zukünftig noch leichter machen, sich im nachhaltigen Produktsegment zu orientieren. Dazu nutzen wir bereits jetzt unterschiedliche Labels: Zum einen für unsere Exklusivmarken das Sub-Label GREEN SERIES, aber auch ergänzende Labels (siehe nächste Seite).


CLICK COLLECT



KOSTENFREIER VERSAND
IN DEN STORE



FLEXIBLE
ABHOLUNG & RÜCKGABE



KOSTENFREIE RETOURE
IM STORE



Der Responsible Down Standard (RDS) der Textile Exchange ist ein unabhängiger, freiwilliger Standard, der weltweit Gültigkeit hat. Der RDS gibt verbindliche Mindeststandards bei der Gewinnung von Daunen und Federn vor. Bei Produkten verweist er auf die ethisch einwandfreie Herkunft der verwendeten Daunen und Federn. Diese wurden nicht von zwangsernährten und/oder lebendgerupften Enten oder Gänsen gewonnen, sondern von Tieren bezogen, die artgerecht gehalten und behandelt wurden.

Das Siegel Responsible Wool Standard wurde 2016 von der Textile Exchange ins Leben gerufen. Es zertifiziert Produkte aus Schafswolle und enthält vor allem Kriterien und Vorgaben für die Schafsfarmen. Dennoch beziehen sich die Vorgaben auch auf die gesamte Lieferkette, sodass auch soziale Mindeststandards in Spinnereien und Textilfabriken eingehalten werden müssen. Die Vorgaben beim Tierschutz beinhalten umfassende Regeln zu Futter, Hygiene und Sauberkeit, zum Stall und zu den Zäunen sowie das Verbot von Mulesing. Darüber hinaus gibt es Richtlinien für eine nachhaltige Bewirtschaftung der Weideflächen und den Umgang mit MitarbeiterInnen.

Der Global Organic Textile Standard (GOTS) gilt als weltweit führender Standard für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern. Ziel dieses Standards ist es, Anforderungen zu definieren, um den ökologischen Status von Textilien – angefangen von der Gewinnung textiler Rohfasern über umweltverträgliche und sozial verantwortliche Herstellung bis zur Kennzeichnung der Endprodukte – zu gewährleisten und dadurch eine glaubwürdige Produktsicherheit für die EndverbraucherInnen zu erzielen.

Der Global Recycle Standard (GRS) wurde ursprünglich 2008 von Control Union Certifications entwickelt; 2011 ging die Verantwortung an die Textile Exchange über. Der GRS ist ein Produktstandard, der die Zusammensetzung von Produkten kontrolliert, die aus recycelten Materialien hergestellt wurden. Ziel des GRS ist die Definition von Anforderungen an eine korrekte Spezifikation von verwendeten Substanzen und Materialien sowie an faire Arbeitsbedingungen und die Minimierung ökologischer und chemischer Risiken. Die Verwendung des Siegels setzt bei Endprodukten die Verwendung von mindestens 20 Prozent recycelter Materialien voraus.

UMSETZUNG UND BEWERTUNG der Handlungsempfehlungen aus dem CSR-Bericht 2018/2019

HANDLUNGSEMPFEHLUNG aus dem CSR-Bericht 2018/2019



Wir wünschen uns eine noch transparentere Kommunikation der Produktionsbedingungen - etwa über Energieverbrauch und Nachhaltigkeit der Rohstoffe - als zusätzliches Verkaufsargument für nachhaltig produzierte Waren.

UMSETZUNGSSTATUS der Handlungsempfehlung



Diese Informationen bei unserer Produktreihe GREEN SERIES sind auf den Etiketten nachzulesen und zusätzlich über die Website abrufbar.

Wir möchten in den sozialen Medien verstärkt in die Interaktion mit unseren EndkundInnen treten und uns mit ihnen über Nachhaltigkeitsfragen austauschen um zu erfahren, worauf sie Wert legen, und sie in unsere Nachhaltigkeits-themen miteinzubeziehen.

Mit Definition unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden wir eine konkrete Vorgehensweise planen und umsetzen.

UNSERE LIEFERANTEN & EXKLUSIVMARKEN



LIEFERANTEN UND EXKLUSIVMARKEN

Die Übernahme von Verantwortung in der Zusammenarbeit mit unseren über 600 Lieferanten ist uns als Einkaufsgemeinschaft und Genossenschaft besonders wichtig. Vor allem durch die Sortimentsauswahl mittels transparenter und eindeutiger Faktoren können wir unsere Mitglieder, die HändlerInnen, unterstützen.

Über die Zusammenarbeit mit der INTERSPORT International Corporation (IIC), die Auditierung im Rahmen der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) und während regelmäßiger Vorortbesuche der HerstellerInnen und ProduzentInnen konnten wir uns in den vergangenen Jahren ein genaues Bild von unseren Lieferanten machen.

Da unsere Produktions- und Bestellprozesse überwiegend zentralisiert über die IIC laufen, werden auch etwa 98 Prozent der Exklusivmarken über die IIC bezogen. Die verbleibenden 2 Prozent in diesem Bereich werden von der INTERSPORT Deutschland selbst produziert. Im Zuge dieser Ausrichtung der Bestellungen wird somit der Großteil der Lieferanten über die IIC auditiert. Dabei ist die Einhaltung des BSCI-Kodexes auch weiterhin Voraussetzung für jede unserer Geschäftsbeziehungen.



Bereits in unserem letzten Bericht teilten wir mit, dass sich die IIC 2017 einer weiteren Auditierung angeschlossen hat, der amfori Business Environmental Performance Initiative (BEPI). Dadurch werden die ökologischen Auswirkungen der Lieferanten noch genauer überprüft. Auch wenn dieses Verfahren bislang freiwillig ist, bringt es mit jeder Berechnung mehr Transparenz über die Auswirkungen der geprüften Produkte in puncto Nachhaltigkeit. Weiterführende Informationen sind im Nachhaltigkeitsbericht 2020 der IIC zu finden.

Für unsere eigenen Exklusivmarken, welche wir weiterhin als INTERSPORT Deutschland produzieren, analysieren wir unsere Lieferanten ebenfalls anhand des amfori BSCI Standards. Weitere Details lassen sich der folgenden Tabelle entnehmen.

NACHHALTIGKEIT & VERANTWORTUNG IN UNSERER LIEFERKETTE:



Wir möchten höchste Standards für Menschenrechte und Ökologie erreichen

In Entwicklungs- und Schwellenländern werden Güter oftmals unter Bedingungen hergestellt, die den Menschenrechten widersprechen. Weltweit bestehen Probleme wie Kinderarbeit, Zwangsarbeit, unzureichende Sicherheit am Arbeitsplatz, zu geringe Löhne, Widerstände bei der Gründung von Gewerkschaften, Behinderung von ArbeitnehmervertreterInnen, zu lange Arbeitszeiten und zahlreiche Formen der Diskriminierung. Darum ist es an den Unternehmen, die sozialen Standards in den Herstellerländern zu verbessern. Auch INTERSPORT als ein international tätiges Unternehmen ist sich dieser Verantwortung bewusst. Wir erfüllen diese Aufgabe gemeinsam mit über 1.700 weiteren europäischen

Unternehmen im Rahmen der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI). Grundlage ist der Verhaltens kodex der amfori BSCI.

Dieser Kodex ist die Voraussetzung für jegliche Geschäftsbeziehung und muss von jedem Lieferanten der INTERSPORT unterzeichnet und eingehalten werden. Der amfori BSCI-Verhaltenskodex basiert auf den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO, der Erklärung der Menschenrechte der UNO, der UN-Kinderrechtskonvention, dem UN-Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau, dem UN Global Compact, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen und anderen internationalen Abkommen.

RATING	Bewertungskombination pro Leistungsbereich	Folge
A Hervorragend	- Mindestens 7 Leistungsbereiche mit A bewertet - Kein Leistungsbereich mit C, D oder E bewertet	Das auditierte Unternehmen hat den Reifegrad, seinen Verbesserungsprozess ohne die Notwendigkeit einer Folgeprüfung fortzusetzen.
B Gut	- Maximal 3 Leistungsbereiche mit C bewertet - Kein Leistungsbereich mit D oder E bewertet	Das auditierte Unternehmen hat den Reifegrad, seinen Verbesserungsprozess ohne die Notwendigkeit einer Folgeprüfung fortzusetzen.
C Akzeptabel	- Maximal 2 Leistungsbereiche mit D bewertet - Kein Leistungsbereich mit E bewertet	Das auditierte Unternehmen benötigt für Fortschritte ein Follow-up. Es erstellt innerhalb von 60 Tagen nach Abschluss des Audits einen Abhilfemaßnahmenplan.
D Ungenügend	Maximal 6 Leistungsbereiche mit E bewertet	Das auditierte Unternehmen benötigt für Fortschritte ein Follow-up. Es erstellt innerhalb von 60 Tagen nach Abschluss des Audits einen Abhilfemaßnahmenplan.
E Nicht akzeptabel	Mindestens 7 Leistungsbereiche mit E bewertet	amfori BSCI-Teilnehmer sollen die Fortschritte des auditierten Unternehmens intensiv beaufsichtigen, da es ein höheres Risiko als andere Geschäftspartner darstellen könnte.
0 Null-Toleranz	Es wurde ein Null-Toleranz-Sachverhalt festgestellt	Sofortige Maßnahmen sind erforderlich. Das amfori BSCI-Null-Toleranz-Protokoll muss befolgt werden.

Wir akzeptieren keine Produktionsstätten mit einem Gesamtauditergebnis unter C. Unterschreitet die Produktionsstätte diese Anforderung, wird die Produktion angehalten und gesperrt, bis alle Abhilfemaßnahmen abgeschlossen sind und ein erneutes Audit mit einem Ergebnis von mindestens C erreicht wird.



BSCI-AUDITIERUNG	2019		2021		2019 IIC		2021 IIC	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Exklusivmarken-Lieferanten gesamt	99	100%	23	100%	412	100%	194	100%
SA 800 zertifiziert	-	-	0	0%	-	-	4	2%
Bewertung mit A (hervorragend)	10	10%	2	9%	14	3%	11	6%
Bewertung mit B (gut)	10	10%	2	9%	25	6%	18	9%
Bewertung mit C (akzeptabel)	51	50%	10	43%	307	75%	116	60%
Bewertung mit D (ungenügend)	3	3%	3%	-	6	1%	1	1%
Lieferanten in Ländern mit gerin-gem Risiko	25	25%	9	39%	46	11%	20	10%
Kein Eintrag/Andere Auditierung*	-	-	1	-	14	3%	24	12%

*Entweder besitzen die Lieferanten einen Standard einer anderen Organisation (z.B. SEDEX) oder waren im Rahmen dieser Auswertung keine aktiven Lieferanten und somit im aktuellen BSCI-Rating nicht mehr ersichtlich.

Die Kooperation mit der IIC sowie unsere eigenen Ambitionen sind die beiden zentralen Treiber, welche die Entwicklung unserer Produktionslandschaft in Richtung Nachhaltigkeit weiter beschleunigen. Gleichzeitig erhöhen auch gesetzliche Änderungen wie das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz sowie die Etablierung und Verschärfung weiterer Nachhaltigkeitsstandards die Umsetzungsgeschwindigkeit der Weiterentwicklung unseres Exklusivmarkensortiments hin zu noch mehr nachhaltigen Produkten. Das im letzten Bericht von der IIC avisierte Umsatzziel von 25 Prozent durch Exklusivmarken wurde zwischenzeitlich überarbeitet. Gemeinsam mit der IIC wurde ein neuer nachhaltiger Standard für die Exklusivmarkenprodukte geschaffen: die GREEN SERIES. Dieser Standard definiert unsere eigenen Anforderungen an Nachhaltigkeit und Verwertung

der Produktion. Die Kategorisierung der eigenen Produkte wird dadurch noch transparenter gestaltet – unter anderem ist klar geregelt, ab welchem Recyclinganteil und/oder durch welchen Stoff bzw. welches Material das Produkt tatsächlich als nachhaltig gilt. Beispielsweise besteht unsere McKINLEY-Unterjacke „Cecca“ aus 100 Prozent recyceltem Polyester. Dies entspricht dem Global Recycle Standard und unseren eigens definierten Kriterien der GREEN SERIES. Ähnliche Schemata bestehen auch für Mehrkomponentenartikel. Bei diesen Artikeln werden die Komponenten prozentual an ihrer Oberfläche gemessen und bewertet und müssen insgesamt mind. zu 50% aus nachhaltigen Materialien beschaffen sein, um unter die GREEN SERIES zu fallen.



In der textilen Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2022 wurden im IIC-Sortiment 882 Produkte der Exklusivmarken geführt. 387 dieser Produkte verfügen über einen nachhaltigen Anteil. Davon wiederum erfüllen bereits 123 Produkte die verschärften Kriterien des Labels GREEN SERIES. Aus diesem Sortiment hat die INTERSPORT Deutschland 670 Artikel in das Sortiment übernommen: 289 Artikel mit einem nachhaltigen Anteil sowie 97 Produkte der GREEN SERIES.

In der textilen Herbst-/Winter-Kollektion 2022/2023 sind aus den insgesamt 1.056 Artikeln der IIC sogar 53 Prozent mit einem nachhaltigen Anteil versehen, der Anteil der GREEN SERIES ist mit 14 Prozent gleich geblieben im Vergleich zur Frühjahr-/Sommer-Kollektion. Die Zahlen der in Deutschland geführten Kollektion sind den unten stehenden Tabellen zu entnehmen. Für die Bereiche Hardware und Schuhe liegt die Erhebung nach diesem Schema noch nicht vollständig vor.

GEFÜHRTE KOLLEKTION AUS DEM IIC SORTIMENT FRÜHJAHR/SOMMER 2022 | TEXTIL

Marke	Gesamt		GREEN SERIES		Sustainable Content		None	
ENERGETICS	251	100%	46	18%	114	45%	91	36%
McKINLEY	207	100%	44	21%	109	53%	54	26%
FIREFLY	141	100%		0%	5	4%	136	96%
NAKAMURA	71	100%	7	10%	61	86%	3	4%
TOTAL	670	100%	97	14%	289	43%	284	42%

GEFÜHRTE KOLLEKTION AUS DEM IIC SORTIMENT HERBST/WINTER 2022 | TEXTIL

Marke	Gesamt		GREEN SERIES		Sustainable Content		None	
ENERGETICS	354	100%	41	12%	201	57%	112	32%
McKINLEY	232	100%	59	25%	128	55%	45	19%
FIREFLY	26	100%	7	27%	17	65%	2	8%
NAKAMURA	4	100%		0%	1	25%	3	75%
TOTAL	616	100%	107	17%	347	56%	162	26%

Auf der Herbstmesse 2021 wurden bereits Artikel der GREEN SERIES verkauft. Ab Sommer 2022 werden sie auch in den Stores erhältlich sein. Zukünftig soll unter dem Label der GREEN SERIES statt einzelner Produkte zudem eine ganze Serie produziert werden. Diese soll unser nachhaltiges Portfolio ausweiten und so gleichzeitig unsere Mitglieder und HändlerInnen stärken. Unser Augenmerk wird sich daher nicht zuletzt auf die Preisentwicklung nachhaltiger Produkte richten.

Weiterhin ist es unser Anspruch und Wunsch, die definierten Kriterien auch auf die geführten Industriemarken zu übertragen und dadurch nicht nur die Exklusivmarken, sondern das Gesamtsortiment nachhaltiger zu gestalten.

Die Entwicklungspotenziale und Ansätze in der Eigenproduktion (IIC sowie INTERSPORT Deutschland) sind ein zentraler Hebel, um auf die Nachhaltigkeit zukünftiger Produkte einzuwirken.



UMSETZUNG UND BEWERTUNG der Handlungsempfehlungen aus dem CSR-Bericht 2018/2019

HANDLUNGSEMPFEHLUNG aus dem CSR-Bericht 2018/2019



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 EndkundInnen bzgl. unseres Nachhaltigkeitsbestrebens verbessern und die INTERSPORT Deutschland sowie die einzelnen Mitglieder stärker als nachhaltige HändlerInnen positionieren.

Wir führen eine IST-Analyse der Wertschöpfungskette ausgewählter Produkte durch mit dem Ziel, diese Prozesse ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltiger zu gestalten. Dafür gilt es, an jedem Bereich der Wertschöpfungskette ausgewählte Kennzahlen zu entwickeln, diese regelmäßig zu erheben und zu konsolidieren.

Wir werden Überlegungen anstellen, wie verbrauchte oder abgenutzte Artikel wieder in den Wertschöpfungskreislauf eingeführt werden können, z.B. für die Verwendung eines neuen, nachhaltigen Exklusivmarkenproduktes.

UMSETZUNGSSTATUS der Handlungsempfehlung



Durch die Umstrukturierung der Exklusivmarken und die Einführung der GREEN SERIES wurde die Idee einer 100% nachhaltigen Exklusivmarke zunächst zurückgestellt. Im Frühjahr/Sommer 2022 werden zunächst Einzelprodukte der GREEN SERIES in den Stores erhältlich sein.

Die Umsetzung hat noch nicht stattgefunden.

Die beiden aktuellen Projekte „Second Life“ sowie „RECYCLE YOUR BOOTS“ werden auf S. 40 beschrieben. Weitere Implementierungen bezüglich eines Wertschöpfungskreislaufes sind ebenfalls im Rahmen der Strategie zu prüfen.

IN OUR PRODUCTS		IN SUPPLY CHAIN	
☑	100% of IIC Exclusive Branded (EB) hardgoods products that contains a durable water repellent (DWR) should be PFC free.	☑	All production facilities located in risk countries that produce IIC EB products should continue to be BSCI audited.
∞	All down used for IIC EB products should continue to be Responsible Down Standard (RDS) certified.		
2025	100% of IIC EB apparel and footwear products that contains a durable water repellent (DWR) should be PFC free.	2025	Reduce the total number of facilities that produce IIC EBs by 25 %.
2025	Membership of the Better Cotton Initiative.		
2025	Eliminate the use of PVC in hardgoods.		
2025	Increase the use of waterless dying and recycled materials for IIC EB products.	2025	50% of IIC EB products turnover is to be produced in production facilities that have undergone an environmental assessment.
2025	Reduce the amount of plastic used in the packaging of IIC EB products by 50%.		
2025	Reduce the use of virgin plastic in IIC EB products by 30%.		



UMWELT & TIERWOHL



UMWELT & TIERWOHL

Auch weiterhin möchten wir die Auswirkungen unseres unternehmerischen Handelns auf die Umwelt, das Tierwohl und unser Klima so gering wie möglich halten. Wir möchten Ressourcen schonen, Wiederverwertung sowie Recycling forcieren die artgerechte Tierhaltung unterstützen. Bereits in den letzten Jahren haben wir zum Schutz von Umwelt und Klima beigetragen, indem wir bspw. über digitale Prozesse unseren Papierverbrauch deutlich reduzieren konnten.



Nachhaltigkeit fängt oft im Kleinen an. So haben wir die bereits eingeführten INTERSPORT-Mehrwegbecher nun kostenfrei in Umlauf gegeben, da diese von unseren Mitarbeitenden rege genutzt wurden. Außerdem versuchen wir auch weiterhin, den Strom- und Energieverbrauch zu optimieren. Aufgrund veränderter Anforderungen an Lüftung bzw. Frischluftzufuhr im Zuge der Coronapandemie konnten wir hier noch keine signifikanten Veränderungen feststellen.

Die Anfang 2020 abgeschlossene Modernisierung und Erweiterung des Zentrallagers hat sich über der Erwartung sehr positiv auf die Nachhaltigkeitsbilanz ausgewirkt.

UNSER NEUES LOGISTIKZENTRUM:

Automatisierung, modernste Logistiktechnik, neue Lagersoftware ermöglicht konsolidierte und hocheffiziente Prozesse:

- Reduzierung von Lagerstandorten und Zentralisierung der Logistikabwicklung
- Einsparung von mehreren tausend LKW-Transporten
- Einsparung von hunderten Tonnen Verpackungsmaterial und Betriebsmittel
- Erhebliche Verbesserung des ergonomischen Arbeitens
- Kompletter Tausch der Beleuchtungsanlagen durch energiesparende LED-Technik

Auch Überlegungen zum Thema Kreislaufwirtschaft wollen wir in der Zukunft noch stärker in unser Handeln einbeziehen. Derzeit beschäftigen wir uns mit zwei konkreten Projekten, um auch das Thema Kreislaufwirtschaft und etwaige Wiederverwertung zu betrachten:



1 RÜCKNAHME VON SKI-BOOTS:
Mit der Firma TECNICA besteht ein Kooperationsprojekt, um unbrauchbare Ski-Boots zurückzunehmen. Dafür sollen bei den Geschäften vor Ort entsprechende Rücknahmestationen eingerichtet werden. Teststationen gehen bereits im Winter 2021/2022 an den Start, ein flächendeckendes Roll-out ist für die kommende Wintersaison 2022/2023 geplant.

2 SECOND-LIFE-ZYKLUS:
Derzeit prüfen wir die Möglichkeit zur Rücknahme von gebrauchten Textilien und Schuhen in den Geschäften vor Ort. Die anfallenden Kosten und die notwendige Logistikstruktur sollen ebenfalls nachhaltig aufgestellt werden.

MASSNAHMEN FÜR KLIMASCHUTZ UND TIERWOHL

Weiterhin suchen wir kontinuierlich nach nachhaltigen Ansätzen, um Ressourcen zu schonen. Mit unserem zentral organisierten Onlineshop verbrauchen wir schon heute weniger Energie, als es bei separaten Shops aller Mitglieder der Fall wäre.

Nach einem Energieaudit im Jahr 2019 haben wir weitere Leuchten in unseren Räumlichkeiten ausgetauscht, wodurch die Lüftungszyklen sowie Wärmeindringung reduziert werden konnten.

Ebenfalls haben wir die Belüftungsanlage in unserem Logistikzentrum nachgebessert, wodurch wir die durchschnittliche Temperatur um rd. 7 Grad auf 25 Grad senken konnten.

Zusätzlich haben wir ein System zur Wiederverwertung defekter Paletten etabliert.



Besonders stolz sind wir auf die Einsparung von insgesamt ca. 7,5 Tonnen Stretchfolie im Zuge der Logistikumstellung.

Tierschutz spielt für uns ebenfalls eine wichtige Rolle. Unser Ziel ist es, für unsere Exklusivmarken ausschließlich Materialien zu verwenden, welche aus einer rücksichtsvollen Tierhaltungspraxis stammen. Neben unserer Animal Welfare Policy haben wir verschiedene Richtlinien definiert, welche Materialien für unsere Produkte nutzbar sind - beispielsweise keine Haare von lebenden Nutztieren sowie Daunen, Federn und Leder ausschließlich von geschlachteten Tieren aus der Fleischproduktion.



UMSETZUNG UND BEWERTUNG der Handlungsempfehlungen aus dem CSR-Bericht 2018/2019

HANDLUNGSEMPFEHLUNG aus dem CSR-Bericht 2018/2019	UMSETZUNGSSTATUS der Handlungsempfehlung
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.	Mit der neu definierten Car-Policy zum 01.10.2021 bzgl. Elektromobilität haben alle dienstwagenberechtigten Mitarbeitenden bei zukünftigen Fahrzeugbestellungen die Wahl zwischen elektrisch betriebenen Fahrzeugen und Verbrenner-Modellen. Bei Überschreitung eines festgelegten CO2-Grenzwertes werden die Verbrenner-Modelle zudem mit einem CO2-Malus belegt. Die Car-Policy ist auf ein Jahr festgesetzt und soll in dieser Zeit weiterentwickelt werden.
Wir werden Sanierungsmaßnahmen der Gebäude unserer Zentrale noch stärker zur Energieoptimierung nutzen.	Diese Maßnahmen werden im Rahmen der Strategie-Entwicklung in 2022 genauer definiert.
Wir wollen ein Energiemanagementsystem mit Ampelkennzeichnung einführen, woran auf einen Blick ersichtlich wird, welches weitere Optimierungspotenzial noch ausgeschöpft werden kann.	Neben zahlreichen Umsetzungen von Energiesparmaßnahmen aus unserem letzten Energieauditbericht Ende 2019 führen wir aktuell Gespräche mit Anbietern für Energiemanagementsysteme.



GESELLSCHAFT

GESELLSCHAFT

Wir sehen die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung bereits in unserem Markenkern verankert. Unsere Produkte sollen unsere KundInnen, unser Umfeld und die Gesellschaft zu einem gesünderen Leben inspirieren und sie bei einem nachhaltigeren Lebensstil unterstützen.

Wir als INTERSPORT Deutschland eG betrachten es als unseren Auftrag, Menschen auch weiterhin zum Sport zu inspirieren. Um dies zu erreichen, suchen wir stets nach neuen Wegen, Sport im Alltag unserer KundInnen noch fester zu verankern und ihnen die Ausübung zu erleichtern.

Durch unsere Rechtsform als Genossenschaft können wir auf gesellschaftlicher Ebene vieles erreichen. Die Genossenschaft erhält Arbeitsplätze in den Regionen, stärkt Strukturen vor Ort, zeigt Präsenz in Innenstädten. Wir als INTERSPORT Deutschland möchten auch weiterhin dort präsent sein, wo unsere KundInnen leben und sich bewegen.

Wir freuen uns sehr, mit Michael Wiese zusammenzuarbeiten, dessen Leben ein Schicksalsschlag von einem Moment auf den anderen veränderte. Während eines Fussballturniers 2014 in Holland, brach sich der leidenschaftliche Hobby-Sportler - abseits des Rasens - den dritten und vierten Halswirbel und war von nun an inkomplett querschnittsgelähmt. Mithilfe eines Reha-Programms, kämpfte er sich wieder ins Leben zurück. Unsere Kooperation mit Michael Wiese läuft bereits seit drei Jahren und wir möchten ihn auch zukünftig auf seinem Weg unterstützen, sowohl finanziell als auch mit Bekleidung und Reha-Ausrüstung. Michael Wiese wiederum bewirbt aktiv mit uns den „Wings for Life World Run“ und nimmt jährlich am Charity-Lauf teil.



Die SOS Kinderdörfer durften wir ebenfalls wieder mit insgesamt 25.000 Euro jährlich unterstützen, womit Bau- und Konzeptprojekte in den Einrichtungen finanziert wurden. Da wir bei der Auswahl der Projekte mitentscheiden dürfen, legen wir hierbei großen Wert auf bewegungsfördernde Maßnahmen.

Des Weiteren möchten wir Sportwünsche von Jugendlichen und Kindern mit Sachspenden oder außergewöhnlichen Bewegungsangeboten erfüllen. Im Rahmen der Kooperation haben wir seit 2017 folgende Maßnahmen umgesetzt:

- ⊕ Vielzahl an Sachspenden aus den Bereichen Teamsport, Racket, Funwheel, Fitness und Running
- ⊕ Gemeinsame Teilnahme an Laufveranstaltungen (live oder digital)
- ⊕ Lauftrainingsangebot in diversen Einrichtungen
- ⊕ Skatingkurse in diversen Einrichtungen
- ⊕ Aktionstage mit Mini-Olympiade in diversen Einrichtungen

Darüber hinaus haben wir Kleiderspenden über die Caritas oder andere soziale Spenden umgesetzt. Über die Deutsche Sporthilfe haben wir Armbänder verteilt und zu Beginn der Coronapandemie für die Kampagne "Keep the World Running" Sportartikel an Krankenhauspersonal verteilt. Im Zuge der Kampagne „Keep Clubs Running“ konnten wir in Zusammenarbeit mit Nike Geldspenden für Sportvereine einwerben. Am Standort Heilbronn haben wir in den Jahren 2020/2021 mit der anteiligen Spende unserer jährlichen Tombola-Erlöse folgende regionale Programme gefördert:



Die **Südstadtkids** sind ein Arbeitsbereich der Mitternachtsmission des Kreisdiakonieverbands Heilbronn. Das Angebot richtet sich an Kinder ab 6 Jahren, Jugendliche und junge Erwachsene aus der Südstadt Heilbronn. Die meisten von ihnen kommen aus herausfordernden Familienverhältnissen. Die Südstadtkids bieten verlässliche Ansprechpart-

nerInnen in Krisensituationen sowie im Alltag und stellen Angebote für eine sinnvolle Freizeitgestaltung bereit. Die **Autana Stiftung Heilbronn** bietet im Stadt- und Landkreis Heilbronn individuelle Unterstützung für Menschen mit Autismus und mit seelischen, geistigen oder körperlichen Besonderheiten jeden Alters.

UMSETZUNG UND BEWERTUNG der Handlungsempfehlungen aus dem CSR-Bericht 2018/2019

HANDLUNGSEMPFEHLUNG
aus dem CSR-Bericht 2018/2019



Wir wollen unser gesellschaftliches Engagement noch stärker nach außen kommunizieren, z.B. durch Interviews oder Berichte derjenigen MitarbeiterInnen, die an Corporate-Volunteering-Aktionen beteiligt waren.

UMSETZUNGSSTATUS
der Handlungsempfehlung



Durch regelmäßige Unterstützungsaktionen von sozialen Einrichtungen und eine aufmerksamkeitsstarke Berichterstattung soll die externe Kommunikation unseres Engagements im nächsten Berichtszeitraum wieder stärker forciert werden.

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.

Gemeinsam mit unserem langjährigen Partner, dem SOS-Kinderdorf e.V., setzen wir regelmäßig Aktionen um, die Kindern und Jugendlichen in den Einrichtungen des SOS-Kinderdorf e.V. den Zugang zum Sport erleichtern und den gemeinschaftlichen Sport in den Einrichtungen fördern. Coronabedingt konnten jedoch nicht alle geplanten Aktionen und Maßnahmen mit den SOS-Kinderdörfern stattfinden.

UNSER WEG ZU NOCH MEHR NACHHALTIGKEIT



UNSER WEG ZU NOCH MEHR NACHHALTIGKEIT

Wir werden in den nächsten Jahren neue Nachhaltigkeitswege gehen. Das Fundament dieses Weges wird unsere gemeinsam mit MitarbeiterInnen, HändlerInnen und PartnerInnen definierte Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Sie wird der Kompass unseres nachhaltigen Handelns. Die Bedürfnisse unserer KundInnen und die preisliche Tragbarkeit sind und bleiben für uns wichtige Aspekte in diesem Prozess.

Unabhängig von weiteren gesetzlichen Regelungen, die gegebenenfalls die Dringlichkeit noch verschärfen werden, soll und wird unsere strategische Positionierung die Interessen aller unserer Stakeholder einbeziehen.

Was ist unser Ausblick?

Wir haben eine Vision und Mission, die unseren Purpose noch stärker machen. Für uns ist Nachhaltigkeit kein Trendthema, sondern integrativer Teil unseres Unternehmens. Die gesellschaftlichen Veränderungen sind eine Chance, das Thema zügiger voranzutreiben. Wir nehmen unsere unternehmerische Verantwortung wahr und stehen auch zukünftig mit Transparenz für unser unternehmerisches, gesellschaftliches sowie ökologisches Tun.



UNSERE QUELLEN

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung:

Das Lieferkettengesetz: <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/liefer-kettengesetz>

CSR in Deutschland:

Die Lieferketten-Gesetzesinitiative der EU: <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Wirtschaft-Menschenrechte/Europa/Lieferketten-Gesetzesinitiative-in-der-EU/lieferketten-gesetzesinitiative-der-eu-art.html>

Deutscher Nachhaltigkeitskodex:

<https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/>

EMAS:

<https://www.emas.de/>

European Commission:

Sustainable finance package: https://ec.europa.eu/info/publications/210421-sustainable-finance-communication_en#csrd

Global Organic Textile Standard:

GOTS the leading organic textile standard - GOTS (global-standard.org)

Global Recycle Standard:

GRS - Global Recycle Standard - Certifications (controlunion.com)

Global Reporting:

<https://www.globalreporting.org/>

INTERSPORT Deutschland eG:

Heilbronner Erklärung: <https://www.intersport.de/verantwortung/heilbronner-erklaerung/>

INTERSPORT Deutschland eG:

Produktion und Lieferanten: <https://www.intersport.de/verantwortung/produktion-und-lieferanten/>

INTERSPORT International:

IIC Animal Policy: <https://www.intersport.com/wp-content/uploads/2018/12/IIC-Animal-Policy-2018.pdf>

INTERSPORT International:

IIC Sustainability Report 2020: <https://www.intersport.com/wp-content/uploads/2021/03/IIC-Sustainability-Report-2020.pdf>

Responsible Down Standard:

Responsible Down Standard (RDS) - Textile Exchange

Responsible Wool Standard:

Responsible Wool Standard (RWS) - Textile Exchange

Siegelklarheit:

<https://www.siegelklarheit.de/>

Statista:

Umfrage zur Preisbereitschaft bei nachhaltigen Produkten: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1154639/umfrage/umfrage-zur-preisbereitschaft-bei-nachhaltigen-produkten/>

United Nations:

Sustainable development goals:

<https://sdgs.un.org/goals>

(Zeitpunkt des Abrufs jeweils Mai 2022)



ERSTELLT DURCH:

Lars Sommer
Leiter Standortmanagement & Nachhaltigkeit

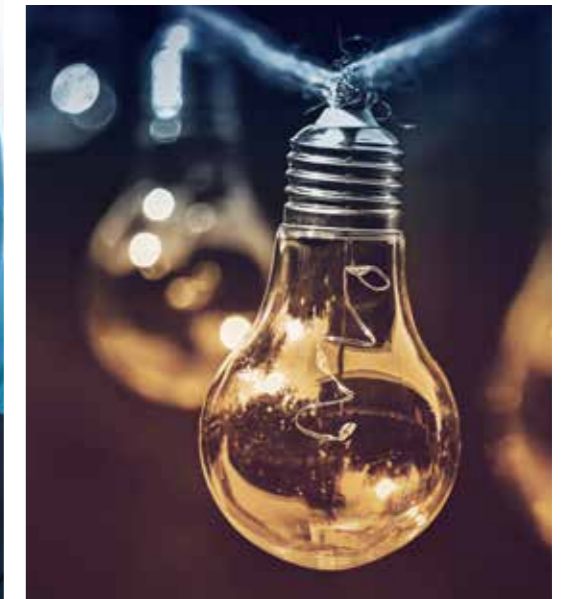
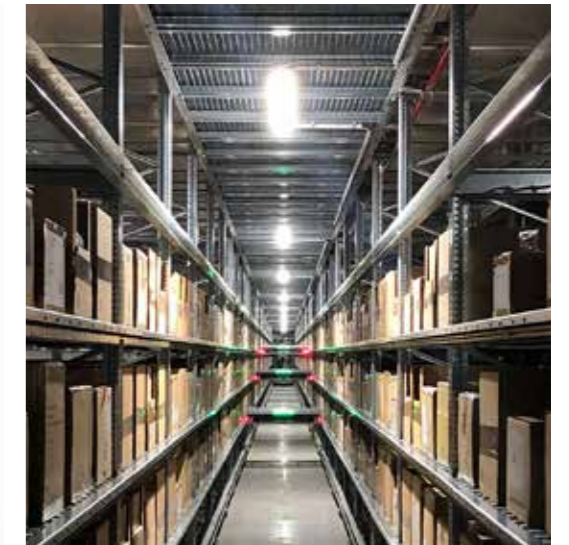
Dr. Katharina Janke
Teamlead Public Relations & Corporate Communications



IMPRESSUM

Nachhaltigkeitsbericht 2020/2021
INTERSPORT Deutschland eG

Der vorliegende CSR-Bericht basiert auf der Unterzeichnung der Heilbronner Erklärung am 12.09.2012 in Heilbronn und anschließender Prozesse.



INTERVIEWPARTNER DER INTERSPORT DEUTSCHLAND EG FÜR DIESEN BERICHT:

Stefanie Buchacher
Georgios Chatzopoulos
Andrea Larkens
Marcus Lechleitner
Stefan-Marcel Schlepp
Carsten Schmitz
Lars Sommer
Thomas Storck
Finn Teichmann

Sport Conrad GmbH
Senior Manager Qualitätssicherung / CSR-Beauftragter
Ressortleiterin Human Resources
Betriebsratsvorsitzender
Leiter Intra-Logistik
Leitung Marktkommunikation
Leitung Standortmanagement
CFO
Sport Teichmann

© 2020/2021

Veröffentlichung:
Januar 2023



INTERSPORT Deutschland eG
Wannenäckerstraße 50
74078 Heilbronn
Deutschland