

NACHHALTIGKEIT BEI SPORT-THIEME



STAND 1/2023

<u>Vorwort</u>	3
<u>Allgemeine Informationen</u>	4
<u>Nachhaltigkeitskonzept</u>	
A Strategie	
1 Strategische Analyse und Maßnahmen	5
2 Wesentlichkeit	7
3 Ziele	9
4 Tiefe der Wertschöpfungskette	11
B Prozessmanagement	
1 Verantwortung	12
2 Regeln und Prozesse	13
3 Kontrolle	14
4 Anreizsystem	14
5 Beteiligung von Stakeholdern	15
6 Innovations- und Produktmanagement	17
<u>Nachhaltigkeitsaspekte</u>	
A Umweltbelange	
11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	18
12 Ressourcenmanagement	20
13 Klimarelevante Emissionen	21
B Gesellschaft	
14 Arbeitnehmerrechte	23
15 Chancengleichheit	24
16 Qualifizierung	25
17 Menschenrechte	26
18 Gemeinwesen	27
19 Politische Einflussnahme	28
20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	29
<u>Über diesen Nachhaltigkeitsbericht</u>	30
<u>Impressum</u>	31

VORWORT DER GESCHÄFTSLEITUNG



Wir leben in herausfordernden Zeiten. Unter anderem die Fridays for Future Bewegung hat die Dringlichkeit ökologischer Themen ins breite Bewusstsein gerückt. Wie wir in Zukunft leben werden, hängt davon ab, inwieweit unser **Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen** stattfindet. Jedes Wirtschaftsunternehmen trägt dafür Verantwortung – auch wir!

Nachhaltigkeit wird in der öffentlichen Wahrnehmung oft auf **ökologische Faktoren**, speziell die Klimaproblematik, verkürzt. Zugegeben, dies betrifft elementare Lebensgrundlagen und die Aufmerksamkeit für diese drängenden Themen kann nicht hoch genug sein. Nachhaltigkeit umfasst neben der Ökologie zudem **soziale und ökonomische Aspekte**. Geschäftsmodelle, die ganzheitlich und nachhaltig ausgerichtet sind, vereinen diese drei Dimensionen miteinander.

Anfang 2021 haben wir mit einem **eigenen CSR-Team** und externer Begleitung begonnen, eine **ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie** zu entwickeln. Zu Beginn wurden der Corporate Carbon Footprint (CCF) der Sport-Thieme GmbH nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG) ermittelt und darauf basierend relevante Handlungsfelder abgeleitet.

Als inhabergeführtes Familienunternehmen wollen wir den Weg der Nachhaltigkeit konsequent gehen. Bitte begleiten Sie uns auf dieser herausfordernden Reise!


Maximilian Hohe


Katharina Thieme-Hohe

ALLGEMEINE INFORMATIONEN



Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell (u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen)

Die Sport-Thieme GmbH ist **Entwickler, Hersteller und Vermarkter von Bewegungs-, Sport- und Therapieprodukten**. Als Europas führender Spezialversandhändler verstehen wir uns als Partner für alle, die sich im institutionellen/organisierten Rahmen mit Bewegung, Sport und Therapie befassen.

Das 1949 in Grasleben, Deutschland, gegründete und seit 2014 in dritter Familiengeneration **unabhängige und inhabergeführte Unternehmen** beschäftigt aktuell über alle Standorte hinweg insgesamt 420 Mitarbeitende inkl. 33 Auszubildende. Neben dem Stammsitz in Grasleben sind dies deutschlandweit sieben regionale Verkaufsniederlassungen sowie eigene Niederlassungen in der Schweiz, Österreich, den Niederlanden, Belgien und Schweden. Darüber hinaus bestehen enge Beziehungen zu weiteren internationalen Partnern.

Wir bieten **erstklassige Produkte, individuell zugeschnittene Konzepte und professionelle Services**, mit denen unsere Kundschaft ihre Ziele erreicht. Neben den Eigenmarken Sport-Thieme® und Sportime® führen wir Produkte und Marken von über 900 Lieferanten und Herstellern im Sortiment. Hinzu kommen bis zu 1.000 Produktneuheiten jährlich. Dies macht uns zum **Marktführer der Branche in Deutschland und Europa** und unterstreicht unseren hohen Bekanntheitsgrad.

Seit über 73 Jahren erschließen wir gezielt neue Vermarktungskanäle und Produktsegmente. Als Branchenpionier haben wir seit Ende der 1990er Jahre frühzeitig das Potenzial des Online-Handels für uns erkannt und nutzen die vielfältigen Möglichkeiten konsequent. Das Kerngeschäft des Unternehmens ist

der Handel und Vertrieb von **über 19.000 funktionellen und qualitätsorientierten Sportprodukten für mehr als 70 Sportarten**.

Daneben verfügt die Sport-Thieme GmbH über eine **eigene Holzfertigung** und Sattlerei in Deutschland sowie länderspezifisch einen Sportgeräte-Service für die **Revision und Wartung von Sport- und Bewegungsräumen**. Wir richten uns gezielt an Vereine, kommerzielle Sportanbieter, Öffentliche Verwaltungen und Schulen sowie Unternehmen, Händler, Therapeuten und Krankenhäuser und in Teilen die Endverbraucher. Im **ständigen Dialog und Austausch** mit unseren Partnern und Multiplikatoren bauen wir unser **leistungsstarkes Experten-Netzwerk** kontinuierlich aus.

Der Vertrieb unserer Sportprodukte an unsere Kernzielgruppen erfolgt über länderspezifische Online-Shops und renommierte Online-Marktplätze sowie verschiedene, klimaneutral produzierte Printwerbemittel, wie unseren einmal jährlich erscheinenden Hauptkatalog in mindestens sieben Länderversionen.

Den hohen Servicebedarf unserer Zielgruppen stellen wir durch unser **engmaschiges Netz an Niederlassungen in Deutschland und Europa** sicher – das den Kund:innen kurze Wege und eine schnelle Erreichbarkeit unserer Mitarbeitenden garantiert. **Kundenfokussiert, schnell, digital, innovativ und nachhaltig** – Sport-Thieme verfolgt die Vision, **kompetenter und erster Ansprechpartner für den institutionellen Sport** zu sein, um so zur positiven Lebensqualität vieler Menschen beizutragen, die Gesundheit und Freude durch Bewegung erfahren.

Im Geschäftsjahr 2021/2022 vertrauten **mehr als 200.000 Kundinnen und Kunden** unserer Vision. Die Sport-Thieme GmbH konnte so über alle Länder einen Umsatz von mehr als 81 Mio. Euro erwirtschaften und ist damit vom Umsatz und der Anzahl der Mitarbeitenden, **einer der wichtigsten Arbeitgeber** an unserem Stammsitz in der Region Helmstedt, Deutschland.



1 | STRATEGISCHE ANALYSE UND MAßNAHMEN

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

Wir verstehen Nachhaltigkeit als das ausgewogene **Zusammenspiel ökologischer, sozialer und ökonomischer Dimensionen**. Die Vision von Sport-Thieme ist es, die Nummer 1 im institutionellen Sport in Deutschland und Europa zu sein – kundenfokussiert, schnell, digital, innovativ und nachhaltig. Auf Grundlage dieser Dimensionen konkretisieren wir fortlaufend unsere **eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie**.

Mit den beiden **Nachhaltigkeitsberichten, die 2011 und 2014 nach der GRI-Richtlinie¹** erstellt wurden, sind hierfür Grundlagen für mehr Nachhaltigkeit im unternehmerischen Handeln von Sport-Thieme geschaffen worden. Sie zeigen, dass die Offenheit für das Thema schon länger besteht und der nachhaltige Kompass vorhanden ist. Dennoch war das Thema bislang in keiner tatsächlichen Strategie eingebettet oder mit konkreten Zielen untermauert. Man könnte sagen, wir haben bisher nach bestem Wissen und Gewissen gehandelt, ohne Nachhaltigkeit in der Breite und Tiefe zu verankern.

Folgende Projekte wurden seit 2011 unter anderem an unserem Stammsitz realisiert:

- Installation einer Photovoltaikanlage zur Stromgewinnung am Hauptlogistik-Standort
- Nachhaltige Bauweise des 2017 eröffneten Verwaltungsgebäudes in Deutschland
- Kompensation der durch den Geschäftsbetrieb entstandenen CO₂-Emissionen (Scope 1, Scope 2 und teilweise Scope 3)
- Weitestmögliche Nutzung des CO₂-neutralen Sportgeräteversandes
- Betriebliches Gesundheitsmanagement sowie weitere Benefits für die Mitarbeitenden
- Unterstützung von gesellschaftlichen Initiativen in Kultur, Sport und Begegnungsstätten sowie zur Jugendförderung
- Bau eines Blockheizkraftwerks (BHKW) auf dem Firmengelände mit Anschluss an die lokale Biogasanlage

Dem nachhaltigen Kompass folgend ist es unser Ziel, die 2017 festgelegte Unternehmensstrategie um eine **eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie** zu erweitern. Nachhaltigkeit bzw. Corporate Social Responsibility (CSR) ist somit **im Geschäftsmodell fest verankert**. Mit gezielten Projekten wird Nachhaltigkeit messbar und ein **wichtiges Kriterium für unternehmerische Entscheidungen** werden.

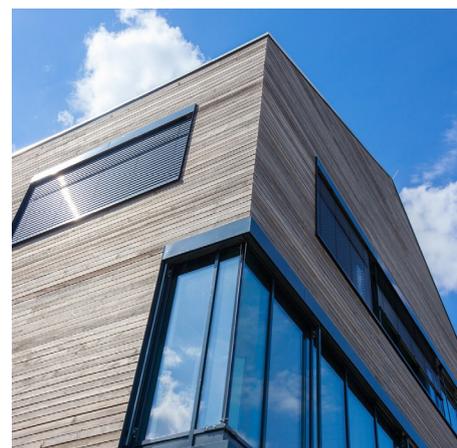
¹ GRI: Global Reporting Initiative

2019 hat hierfür ein internes **CSR-Team um Gesellschafterin Katharina Thieme-Hohe** damit begonnen, gezielt erste Maßnahmen im Unternehmensalltag anzustoßen. Diese sind Grundlage für die seit Anfang 2021 intensivierte Strategieentwicklung.

Zusammen mit einer externen Beratung hat das CSR-Team das **Geschäftsmodell und die Prozesse** von Sport-Thieme **hinsichtlich Nachhaltigkeit analysiert**. Im Ergebnis orientieren wir uns am **3-Säulen-Modell der Sustainable Development Goals (SDG)** – und damit an ökologischen, sozialen und ökonomischen Zielen.

Ein **wichtiger Hebel unserer nachhaltigen Ausrichtung** liegt in der intensiven Betrachtung unseres Sortiments inkl. der Liefer- und Wertschöpfungsketten, der Logistik und dem Marketing. Weitere Handlungsfelder mit **Bezug auf die SDGs** sehen wir in:

- Einsparung von fossilen Energieträgern und damit klimarelevanten Emissionen (SDG 7, 13)
- Ressourcenmanagement in Tiefe und Breite (SDG 6, 7, 12, 13, 14, 15)
- Verantwortung für die gesellschaftlichen Gruppen, an die wir unser Angebot richten (Sport, Gesundheit und Wohlergehen) (SDG 3, 17)
- Verantwortung für die Region, in der wir wirtschaften (SDG 11, 17)
- Gesundheit und Wohlergehen der Mitarbeitenden und ihrer Familien (SDG 3, 8)
- Beteiligung, Weiterbildung und Engagement der Mitarbeitenden (SDG 8, 9)
- Mitverantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten, sozialen Standards und Umweltstandards bei unseren Lieferanten, insbesondere der ILO-Kernarbeitsnormen (SDG 1, 5, 8, 9, 10, 17, 12, 13,14, 15)





2 | WESENTLICHKEIT

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.

Sport-Thieme vertreibt im Kern Sportartikel, die zur Erhaltung bzw. Wiederherstellung von Gesundheit sowie zur Freude und dem gesellschaftlichen Miteinander beitragen. Neben der persönlichen Überzeugung der Inhaberfamilie, Lösungen für nachhaltige Entwicklungen zu finden, ist der stärker werdende Kompass unserer Kundinnen und Kunden sowie Stakeholderinnen und Stakeholder Antrieb für uns, eine tiefgehende Nachhaltigkeitsstrategie zu verfolgen.

Unser Ziel ist es, den **notwendigen Wandel in der Gesellschaft aktiv mitzugestalten**. Diese Ausrichtung ist für uns alternativlos, um unserer Verantwortung für die Umwelt und Gesellschaft gerecht zu werden, zukünftige Generationen zu schützen und

langfristig ein verlässlicher Marktteilnehmer zu sein und damit nachhaltig Arbeitsplätze zu sichern. Die folgenden Nachhaltigkeitsthemen werden durch unser Geschäftsmodell beeinflusst.

Ressourcenmanagement

Der Schutz von Ressourcen ist ein zentraler Bereich unserer zukünftigen Nachhaltigkeitsstrategie. Die von uns vertriebenen und hergestellten Produkte benötigen derzeit eine Vielzahl an regenerierbaren und nicht-regenerierbaren Ressourcen. Beim Rohstoffbezug in der hauseigenen Holzfertigung achten wir bereits mittels FSC-Siegel auf **nachhaltiges Holz**. Zudem ermitteln wir aktuell, wie Ansätze der Kreislaufwirtschaft für unser Sortiment aussehen können, und diese zu skalieren. Uns ist bewusst, dass die Vielzahl an vertriebenen Produkten auf einem hohen Ressourceneinsatz basiert. Aus diesem Grund arbeiten wir **gemeinsam mit Lieferanten und Herstellern** daran, **Lösungen zur Reduzierung der eingesetzten Ressourcen** zu finden. Auch der Ressourceneinsatz durch den alltäglichen Geschäftsbetrieb wie Reisen, Fuhrpark, Energiebedarf, Papiereinsatz, usw. wird dabei kritisch hinterfragt.

Marketing

Die Bedeutung des Online-Handels und der Digitalisierung nimmt weiter zu. Trotz dieser Entwicklung sind für uns der Versand von Haupt- und Themenkatalogen sowie anderer Printwerbung weiterhin mitentscheidend für den Erfolg im Wettbewerb. Obwohl wir die Printwerbung bereits heute sehr zielgenau steuern und die durch **Druck- und Ressourceneinsatz entstandenen Emissionen kompensieren**, wissen wir, dass wir die hier entstehenden Umweltauswirkungen weiter minimieren müssen.

Sortimentsgestaltung

Unser **Sortiment entspricht höchsten Qualitätsansprüchen**. Daher bieten wir unseren Kunden mindestens 3 und bei ausgewählten Artikeln bis zu 25 Jahre Garantie. **Funktionalität und Sicherheit** stehen dabei an oberster Stelle. Ein Expertenteam prüft zudem die Artikel systematisch auf deren Praxistauglichkeit. Darüber hinaus stehen wir im engen Austausch zu unseren Kunden und greifen deren Expertise zur Optimierung auf. Durch Prüfsiegel, wie dem GS-Gütesiegel und internen Stichproben, erhöhen wir unsere Produktqualität weiter. Dieses Qualitätsbewusstsein erwarten wir gleichermaßen von unseren Lieferanten und achten entsprechend auf die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben.

Warenversand

Sport-Thieme versendet pro Jahr **rund 400.000 Pakete** über die Paketdienstleister GLS (ca. 70 %) und DHL (ca. 30 %) sowie **über 37.500 Frachtsendungen** per Spedition ins In- und Ausland. Auch wenn wir mittels verschiedener Paketgrößen sowie Recyclingpapier als Füllmaterial zur Produktsicherung bereits ressourcenseitig erste Maßnahmen eingeleitet haben, wissen wir, dass der Warenversand zu Emissionen und anderen Umwelteinflüssen beiträgt. Einen Teil der Emissionen der Paketlieferungen kompensieren wir direkt über die Paketdienstleister GLS und DHL. Ausgenommen sind Frachtsendungen. Für das weitere Vorgehen sind wir hierfür im Austausch mit den Logistikdienstleistern.

Mitarbeitende

Die Kultur bei Sport-Thieme ist geprägt durch ein von allen Mitarbeitenden im Jahr 2014 gemeinsam gestaltetes Leitbild, das die **Kernwerte Verantwortung, Spitzenleistung, Entwicklung, Wertschätzung und Begeisterung** beinhaltet. Das enge Miteinander und der Charakter als Familienunternehmen wird durch die ausgeprägte Nähe der Inhaberfamilie zu allen Mitarbeitenden unterstrichen.

Neben **zahlreichen, standortabhängigen Benefits** (wie z. B. verfügbaren Betriebsrädern, dem Angebot eines Müslifrühstücks, der kostenlosen Nutzung eines Snoezelen-Raums, einem hauseigenen Trainingsbereich mit Laufband, Gewichten und Duschen, Billardtisch und Kicker, einem überdachten

Außenarbeits- und Besprechungsplatz, Bezuschussung des Mittagessens, Betreuungsplätze im angrenzenden Kindergarten), einem **betrieblichen Gesundheitsmanagement und gemeinsamen Feiern** (u. a. Firmenfeier, Familienfest), wird die Belegschaft jährlich durch eine Sonderzahlung **am Unternehmenserfolg monetär beteiligt** (siehe Punkt 14 „Arbeitnehmerrechte“).

Zudem pflegen wir eine offene und transparente Informationspolitik. Wir nehmen unsere Mitarbeitenden auf dem Weg zu einer nachhaltigen Ausrichtung mit, indem wir ihnen **direkte Angebote zur Mitgestaltung** geben, sie über nachhaltige Herausforderungen informieren und Möglichkeiten geschaffen haben, Themen und Ideen einzubringen.

Wirtschaftlichkeit

Als Unternehmen streben wir grundsätzlich **wirtschaftliche Stabilität** an. Diese ökonomische Herangehensweise erweitern wir zunehmend und bewusst um soziale und ökologische Aspekte. Wir sind davon überzeugt, auf diese Weise unseren Teil zu einer **nachhaltigen Transformation des Wirtschaftens** beizutragen und zugleich den **langfristigen Unternehmenserfolg und Bestand an Arbeitsplätzen sicherzustellen**.

Neben den genannten Inside-Out-Perspektiven gibt es Nachhaltigkeitsthemen, die auf die Geschäftstätigkeit von Sport-Thieme Einfluss haben. Wir wissen, dass die **Gesellschaft nachhaltige Themen immer sensibler wahrnimmt** und im **öffentlichen Beschaffungswesen nachhaltige Parameter immer stärker** Kriterium für Entscheidungen werden. Die öffentliche Hand als eine unserer Zielgruppen ist es, die zukünftig mehr öffentliche Gelder in Klimaanpassungsprojekte stecken wird. Daneben wurde im Juli 2021 das Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) vom deutschen Bundestag verabschiedet. Wir sehen dieses als Auftakt zu weiteren Regelungen, die sich in einer späteren Fassung ggf. auf unsere Unternehmenstätigkeit in Deutschland auswirken können. Darüber hinaus wird eine EU-weite Lieferkettengesetzgebung geplant.

Auf dem Fachkräftemarkt bewegen wir uns am Stammsitz in Grasleben im regionalen Umfeld eines globalen Automobilkonzerns, der die Region diesbezüglich prägt. Um hier wettbewerbsfähig zu sein, ist es wichtig, der jungen Generation Perspektiven zu zeigen, dass Sport-Thieme ein **Arbeitgeber ist, der generationenübergreifend Verantwortung übernimmt** und sich nachhaltig ausrichtet.

Die weltweite **Verknappung der Rohstoffe** ist ein weiteres Argument, warum es für Sport-Thieme notwendig und lohnend ist, nachhaltige Wege einzuschlagen.



3 | ZIELE

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

Basis für unser Handeln ist ein Wertekanon, der im Sport-Thieme-Unternehmensleitbild seit 2014 fest verankert ist und auf Verantwortung, Entwicklung, Spitzenleistung, Begeisterung und Wertschätzung basiert. Das Leitbild wirkt nach innen und außen gleichermaßen für alle relevanten Interessengruppen. Zudem ist die Unternehmensstrategie im 2017 aufgestellten „Strategie 2025“-Ansatz festgehalten.



Die Verankerung unserer Nachhaltigkeitsziele im Managementsystem erfolgt mittels **ökonomischer, sozialer und ökologischer**

Kennzahlen. Diese Transparenz ermöglicht es uns, gegenwärtige und zukünftige Ziele und Maßnahmen zu steuern und zugrundeliegende Prozesse entsprechend anzupassen. Aktuell definieren wir auf Basis der Status-Quo-Betrachtung Zielerreichungspfade und entwickeln mit unseren Stakeholderinnen und Stakeholder Maßnahmen, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Offensichtlich ist, dass bei 19.000 verschiedenen Produkten von mehr als 900 Lieferanten, die **Liefer- und Wertschöpfungsketten hinsichtlich ökologischer und sozialer Auswirkungen** fokussiert betrachtet werden müssen. Darüber hinaus analysieren wir, inwieweit der Ansatz der Kreislaufwirtschaft im Blick auf den zukünftigen Einsatz von Rohstoffen für unsere Produkte umsetzbar ist. Hier geht es vor allem um Rohstoffe, die regenerierbar sind und keine bzw. nur eine geringe Belastung für die Umwelt darstellen und die sich möglichst umfassend wiederverwerten lassen.

Im Unternehmensalltag machen wir durch verschiedene Aktionen Nachhaltigkeit für die Belegschaft erlebbar. Sei es durch den unternehmensweiten Nachhaltigkeitstag im Mai 2022, über Aktionskreise zur aktiven Mitarbeit für die Reduzierung von Plastikmüll oder regelmäßige Informationen im Intranet. Ziel ist es, dass die geschaffenen Impulse im geschäftlichen und privaten Umfeld dauerhaft Einzug halten und umgesetzt werden.

Daneben erwarten wir einen großen Hebel im Marketing sowie der Logistik, die sich aus Punkt 2 „Wesentlichkeit“ ergeben.

Seit Oktober 2021 ist ein CSR-Manager eingesetzt, dessen Stabsstelle unmittelbar an die Geschäftsleitung berichtet. Zusammen gestalten diese im Unternehmen neue Strukturen, um das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele zu steuern und die Einhaltung auf Basis von Zwischenzielen zu überwachen. Daneben erfolgt eine fachliche Beratung durch einen externen Nachhaltigkeitsmanager, der wichtige Impulse von außen einbringt.

Übergeordnet sind die **17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDG)** ein wichtiger Kompass für unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Wir sehen in diesen einen Rahmen, um **Nachhaltigkeit ganzheitlich zu erfassen** und Zielkonflikte offenzulegen, die sich innerhalb der einzelnen Ziele ergeben, um unsere Entscheidungen entlang dieser Definitionen zu diskutieren. Aufgrund unseres vielschichtigen Geschäftsmodells ist uns bewusst, dass wir nahezu auf alle der 17 SDGs mittelbar und unmittelbar einzahlen. Die größte Schnittmenge sehen wir in folgenden Zielen:





4 | TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

Sport-Thieme vertreibt annähernd 19.000 unterschiedliche Sportartikel für über 70 Sportarten. Eine signifikante Zahl stammt dabei aus hauseigenen Fertigungsstätten in Deutschland, die übrigen Artikel werden von Lieferanten aus Deutschland, Europa und Welt hinzugekauft. Dabei stammen über 50 % der von Sport-Thieme vertriebenen Produkte aus Deutschland, weitere 15 % aus der EU, sowie 3 % aus sonstigen Drittländern und 32 % aus Asien.

Wo immer möglich, streben wir kurze Lieferwege an. 25 % unserer Lieferanten sind daher im Umkreis von 125 km um unseren Stammsitz in Grasleben, Deutschland, angesiedelt.

Wir unterscheiden bei den Produkten zwischen zwei wesentlichen Gruppen, die verschiedene Wertschöpfungsketten nach sich ziehen:

- 1) Fremdmarken (Direktbezug beim Anbieter)
- 2) Eigenmarken, unterteilt in
 - a) Direktbezug bei autorisierten Distributoren
 - b) Direktbezug beim produzierenden Unternehmen
 - c) Eigene Produktion (z. B. Holzfertigung)

Die **Struktur der Wertschöpfungsketten ist entsprechend heterogen**. Die Lieferanten sind über die Sport-Thieme Einkaufsbedingungen an die wichtigsten umwelt- und sozialrechtlich relevanten Punkte gebunden. Zur Überprüfung der Einhaltung der Einkaufsbedingungen befinden wir uns im **Austausch mit unseren Lieferanten** und besuchen diese vor Ort, um uns **über die Herstellungsbedingungen zu informieren**.

Gemeinsam arbeiten wir bereits mit einigen ausgewählten Lieferanten an der Entwicklung nachhaltigerer Produkte und umweltfreundlicheren, optimierten Logistikketten. In den nächsten Jahren werden wir den größten Teil unserer Lieferanten in diesen Prozess mit einbeziehen.

Bei den in der eigenen Holzfertigung hergestellten Produkten verlängert sich der direkte Einfluss auf die Wertschöpfungskette

zum Rohstoffeinkauf. Beim Kern-Rohstoff Holz wird auf **nachhaltiges, FSC-zertifiziertes Holz** geachtet.

Die Produkte, die Sport-Thieme vertreibt, sind für den **längerfristigen Gebrauch** gedacht. Der Anteil unserer vertriebenen Sportartikel, die im Gebrauch direkt keine weiteren Ressourcen (Batterien o. ä.) benötigen, liegt bei über 95 %. Der Umgang mit den Geräten nach der Nutzung wird von uns aktuell über die gesetzlichen Regelungen hinaus (z. B. Elektroschrott) nicht forciert.

Wo immer möglich bringen wir unbrauchbare und beschädigte Artikel und Retouren in den Verwertungskreislauf ein. So werden zum Teil alte Turngeräte von kooperierenden Unternehmen via Upcycling beispielsweise als Möbel aufbereitet und eingesetzt. Der Einsatz von recyclingfähigen Materialien gewinnt aus unserer Sicht für die Zukunft an Relevanz. Ziel ist es, den Anteil signifikant zu steigern.

Im Rahmen des **Nachhaltigkeitsmanagements sind ökologische Faktoren** (beispielsweise die Nutzung nachhaltiger und recyclingfähiger Ressourcen, reduzierter Energieeinsatz im Produktionsprozess, verminderte Emissionen durch Transport) ebenso zu berücksichtigen, **wie soziale Faktoren** (beispielsweise Arbeitsschutz im Produktionsprozess, gerechte Löhne, Einhaltung von Menschenrechten) und **ökonomische Faktoren**, wie die preisbasierte Wettbewerbsfähigkeit im Markt und damit der **Zugang zu nachhaltigen Produkten für die Konsumenten**.

Bei der genannten Anzahl an Lieferanten überprüfen wir während unserer Besuche stichprobenartig, ob die vereinbarten Regelungen eingehalten werden. Derzeit enthält der überwiegende Teil unseres Sortiments noch Rohstoffe, die nicht aus einem Kreislaufsystem stammen bzw. regenerierbar sind. Wir steuern hier mit Maßnahmen entgegen. Unsere **Sortimentsstrategie enthält nachhaltige Parameter**, die zukünftig in der Nachhaltigkeitsstrategie verankert und messbar gemacht werden. Wesentlich ist für uns dabei der **Cradle-to-Cradle² Ansatz**. Damit wird der **Anteil von kreislaufwirtschaftsfähigen Produkten am Gesamtsortiment stetig erhöht**, um das Ziel der Ressourcenwneutralität zu erreichen.

² Cradle-to-Cradle (C2C) ist der Ansatz, Produkte komplett kreislauffähig zu gestalten und sämtliche Produktbestandteile in ein funktionierendes Kreislaufsystem zu integrieren.



1 | VERANTWORTUNG

Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

Haupttreiber für den seit 2019 eingeschlagenen Weg hin zu einem strukturierten und strategischen Nachhaltigkeitsmanagement ist neben einem **engagierten Team** insbesondere die **Inhaberfamilie von Sport-Thieme**. Das Unternehmen ist in 3. Generation inhabergeführt, was gleichfalls die Verankerung der Thematik in der Geschäftsführung mit sich bringt.

Die **Mitglieder des Führungskreises**, dem neben der Inhaberfamilie und dem Aufsichtsrat höchsten Entscheidungsorgans bei Sport-Thieme, haben sich auf die **nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens einstimmig verständigt**. Ebenso erhalten wir aus der Belegschaft immer wieder Impulse zu nachhaltigerem

Handeln, was zeigt, dass die **Mehrheit der Stakeholderinnen und Stakeholder** im Unternehmen hinter dem jetzt begonnenen Weg steht.

Das CSR-Team arbeitet aktuell an den folgenden Projekten:

- a. **Darstellung nachhaltiger Produktmerkmale im Shop**
- b. **Entwicklung eines Nachhaltigkeits-Scores für Produkte**
- c. **Einbeziehen von Lieferanten zur nachhaltigeren Ausgestaltung der Produkte**
- d. **Ausarbeitung abteilungsbezogener CSR-Ziele**
- e. **Umsetzung einzelner Umweltschutz-Maßnahmen innerhalb des Unternehmens**
- f. **Laufende Messung des unternehmensweiten CO₂-Fußabdrucks**



2 | REGELN UND PROZESSE

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

Sport-Thieme hat gemeinsam mit allen Mitarbeitenden 2014 ein Leitbild erarbeitet, welches neben den Grundwerten Wertschätzung, Begeisterung, Entwicklung und Spitzenleistung den Wert Verantwortung enthält. Hier heißt es in der näheren Definition: **„Wir sind verantwortlich für uns und andere.“**

Daran lässt sich festmachen, dass die Verantwortung für Umwelt und andere Menschen, sowohl anderer Regionen als auch anderer Generationen für das Handeln von Sport-Thieme ein Leitmotiv darstellt. Ebenso sehen wir hier die Verantwortung für die Systeme, in denen wir wirtschaften, und die Verantwortung unternehmerisch so zu handeln, dass der Bestand des Unternehmens und damit die mit dem Unternehmen verknüpften direkten und indirekten Arbeitsplätze langfristig erhalten bleiben.

Ganz konkret findet sich der Fokus zum Thema Nachhaltigkeit ebenfalls in der Unternehmensvision. Dort heißt es, **„Sport-Thieme möchte die Nummer 1 im institutionellen Sport sein – kundenfokussiert, schnell, digital, innovativ und nachhaltig.“**

Wir füllen sowohl den Verantwortungsaspekt als auch den visionären Anspruch mit der Nachhaltigkeitsstrategie, die tief in die Unternehmensabläufe eingreift, mit Leben.

Daher gehören wir zusammen mit über 300 Unternehmen zu den Unterzeichnern der Initiative **„The Climate Pledge“**. Darin verpflichten wir uns, die Ziele des Pariser Klimaabkommens bereits 10 Jahre früher für Sport-Thieme umzusetzen, also die **Klimaneutralität bereits 2040** zu erreichen.

Bzgl. der **sozialen Verantwortung für unsere Mitarbeitenden** ist eine nachhaltige Handlungsweise seit jeher in der Firmen-DNA verankert. Dazu gehören neben zahlreichen Benefits für die Mitarbeitenden u. a. Leistungen im Bereich der **betrieblichen Gesundheitsvorsorge, Maßnahmen zur Work-Life-Balance und familienunterstützende Arbeitsmöglichkeiten**.

Des Weiteren ist Sport-Thieme **Unterzeichner der Charta der Vielfalt** und achtet verstärkt auf die geschlechtergerechte Sprache. Dementsprechend sind Arbeitsverträge, Stellenausschreibungen und interne Team-Infos neutral formuliert.

Die Qualitätspolitik von Sport-Thieme erstreckt sich über alle Unternehmensbereiche. Zur Sicherstellung der Qualität haben wir in unserer Ablauforganisation **ein eigenes Qualitätsmanagementsystem** aufgebaut und integriert. Dieses orientiert sich an der ISO 9001 und ist auf die speziellen Bedürfnisse von Sport-Thieme angepasst und ergänzt.

Interne Abläufe und Tätigkeiten sind in Ablaufbeschreibungen dokumentiert und strukturiert dargestellt. Sie stehen allen Mitarbeitenden im Organisationshandbuch zur Verfügung. Wir stellen damit sicher, dass alle **Abläufe standardisiert und in bestmöglicher Art und Weise** stattfinden. Unter dem Aspekt der Qualitätsverbesserung erfolgt eine ständige Überprüfung und Anpassung der Prozesse.



3 | KONTROLLE

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

Im Geschäftsjahr 2021/2022 wurden erstmalig Leistungsindikatoren erhoben, die den aktuellen Stand im Nachhaltigkeitskontext darstellen. Allen voran ist hier der **Corporate-**

Carbon-Footprint (CO₂-Fußabdruck), also die Aufstellung von CO₂-Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb, zu nennen. Dieser wird zukünftig jährlich im Geschäftsjahresrhythmus erhoben. Weitere zu erhebende Kennzahlen ergeben sich aus der in Punkt 3 „Ziele“ erläuterten, aktuell laufenden Analyse und den daraus zu bestimmenden ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitszielen. Diese **Kennzahlen werden zukünftig pro Geschäftsjahr erfasst**, da sie ein wichtiges **Kriterium in der Analyse der Zielerreichung** darstellen und der Prozessoptimierung dienen.

4 | ANREIZSYSTEM

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeitende auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

Bei Sport-Thieme gibt es aktuell **keine Vergütungsmodelle, die sich am Erreichen von individuellen Zielen** orientieren. Vielmehr wird eine unternehmensweite, positive Wirtschaftsentwicklung in **allgemeinen Tantiemen gegenüber allen Mitarbeitenden** honoriert.



5 | BETEILIGUNG VON STAKEHOLDERN

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

Wir halten einen **offenen und transparenten Dialog mit unseren Stakeholderinnen und Stakeholder** für wichtig, um mit unserer Geschäftstätigkeit die größtmögliche Wirkung zu entfalten. Wir verstehen uns als **zuverlässigen Partner**, der sich im offenen Dialog mit den Anspruchsgruppen austauscht, um von ihnen zu lernen und **gemeinsam Lösungen für deren bzw. allgemeine Bedürfnisse** zu finden. Zukünftig wird dieser Austausch vermehrt das Themenfeld Nachhaltigkeit enthalten.

Die gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanten Haupt-Stakeholder:innen ergeben sich durch unser Geschäftsmodell, unsere regionale Verwurzelung und das tägliche Handeln. Auch ohne methodische Erhebung wissen wir **aus über 73 Jahren**

Erfahrung, welche die für Sport-Thieme relevanten Anspruchsgruppen sind. Dazu zählen Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden, Lieferanten, Aufsichtsrat, Wettbewerber, Politik, Behörden, Gesellschafterinnen und Gesellschafter, Verbände und Nichtregierungsorganisationen (NGO) sowie die Menschen in den Regionen, in denen wir tätig sind und jene, die mit den von uns vertriebenen Sportgeräten sportlich aktiv und gesund bleiben. Dabei führen wir den **Dialog auf überregionaler sowie auf regionaler und lokaler Ebene**.

Die eingangs genannten Kundinnen und Kunden sind neben den Mitarbeitenden die größte Anspruchsgruppe. Hier unterscheiden wir in **Behörden, Vereine, Verbände, Schulen, Kindertagesstätten, Therapieeinrichtungen, kommerzielle Sportanbieter, Wiederverkäuferinnen und Wiederverkäufer und Endverbraucherinnen und Endverbraucher**.

Je nach Anspruchsgruppe erfolgt der Austausch über verschiedene Wege mit unterschiedlicher Intensität. Nachfolgend gehen wir für einige Anspruchsgruppen darauf ein.

NACHHALTIGKEITSKONZEPT

Mitarbeitende

Im gesamten Unternehmen leben wir eine **offene und transparente Gesprächskultur über alle Abteilungen und Hierarchieebenen** hinweg. Wo immer möglich, werden die Mitarbeitenden aktiv in die Gestaltung der Unternehmenskultur mit eingebunden. Gemeinsam mit allen Mitarbeitenden wurde so beispielsweise 2014 das Leitbild, siehe Punkt 6 „Regeln und Prozesse“, entwickelt. Heute sind die Mitarbeitenden ebenso elementar **für die Umsetzung der nachhaltigen Unternehmensausrichtung**. Sie auf diesem Weg von Beginn an mitzunehmen und von dem **Chancenreichtum und den Mitgestaltungsoptionen** zu überzeugen, ist unser Ziel. Schon jetzt geben sie vielfältige Impulse für nachhaltige Veränderungen, die wir schrittweise versuchen umzusetzen.

Kundinnen und Kunden

Egal, ob durch eine persönliche **Kund:innenberatungen am Telefon oder vor Ort, in den Social Media Kanälen oder im Schriftverkehr**, wir haben viele Berührungspunkte zu unseren Kundinnen und Kunden und können so deren Bedürfnisse aufgreifen. Darüber hinaus gibt es gesonderte Formate, wie die **Sport-Thieme Akademie, Telefonumfragen oder Kund:innenforen**, die wir themenbezogen durchführen, in denen wir einen besonders **intensiven Kund:innen-Dialog** haben.



PROZESSMANAGEMENT

Lieferanten

Weltweit arbeiten wir mit mehr als 900 Lieferanten zusammen. Diese werden vorwiegend vom Produktmanagement betreut. Auch hier findet ein enger Austausch statt, der u. a. aus Video-konferenzen und Schriftverkehr sowie Vor-Ort-Besuchen besteht. Wir sehen in der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit den Lieferanten **einen Schlüssel, nachhaltige Projekte gemeinsam umzusetzen** und sie von der Notwendigkeit dieser Maßnahmen zu überzeugen.

Verbände

Wir sind Mitglied in verschiedenen Branchenverbänden, wie etwa dem deutschen Bundesverband deutscher Sportartikelindustrie (BSI) sowie dem Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (BEVH). Hier sehen wir **große Chancen, relevante Anliegen mit einer hohen Transparenz gegenüber allen Marktteilnehmenden gemeinsam sichtbar zu machen und nachhaltige Branchenstandards zu erarbeiten**. Wir sind überzeugt, dass eine nachhaltige Ausrichtung der Branche nur mittels Kollaboration gelingen kann. Nur so kann im Markt gegenüber Lieferanten und weiteren relevanten Stakeholderinnen und Stakeholder, wie der Politik, der öffentlichen Hand und Mitbewerbern, eine gewichtige Stimme entwickeln werden, um gemeinsam nachhaltige Lösungen voranzutreiben.





6 | INNOVATIONS- UND PRODUKTMANAGEMENT

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzerinnen und Nutzer verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

Produktmanagement

Wie unter Punkt 4 „Tiefe der Wertschöpfungskette“ beschrieben, kategorisieren wir unser Sortiment in Fremdmarken (Direktbezug beim Anbieter) und Eigenmarken (Direktbezug bei Distributoren, Direktbezug beim Hersteller, eigene Produktion).

Als Händler sind wir **Kontaktpunkt zwischen Lieferanten und Kundinnen und Kunden**. Das bietet uns die Chance, **Kund:innenwünsche zu ökologischen und sozial verträglichen Produkten** an die Lieferanten weiterzugeben und mit ihnen entsprechende Lösungen zu entwickeln. Darüber hinaus bietet es für uns die Möglichkeit, für mehr **Sensibilität bei diesen Stakeholderinnen und Stakeholdern** zu sorgen, da wir durch unsere nachhaltige Überzeugung und die teilweise lange bestehenden Lieferantenbeziehungen, vertrauensvoll über diese Dinge sprechen können.

Aktuell gibt es bereits einige Produktbereiche, bei denen wir auf nachhaltige Ressourcen zurückgreifen. Hier ist die eigene Holzfertigung zu nennen, die mit FSC-zertifiziertem Holz arbeitet. Zukünftig werden wir **weitere Parameter bei der Auswahl der Produkte berücksichtigen**, die neben der schon jetzt hohen Qualität, die 3 Säulen der Nachhaltigkeit beinhalten werden.

Im ökologischen Zusammenhang werden zukünftig verstärkt Aspekte wie **Ressourcensensibilität, Energieeffizienz, Recyclingfähigkeit bzw. die Ansätze der Kreislaufwirtschaft** betrachtet. 2021 haben wir beispielsweise ein erstes Cradle-to-Cradle Projekt gestartet, mit dem Ziel, die daraus gewonnenen Erfahrungen in das Gesamtsortiment zu skalieren.

Auch die **soziale Komponente** gehört für Sport-Thieme zu einem nachhaltigen Produktmanagement. Über einen Code of Conduct definieren wir entlang der Wertschöpfungskette **Standards, wie Mindestlöhne oder Arbeitsschutz sowie das Verbot von**

Kinderarbeit und den Schutz der Menschenrechte sicherstellen. Generell ist es uns wichtig, dass unsere Produkte die Gesundheit der Nutzenden fördern, praxistauglich und langlebig und, wo möglich, reparierbar sind.

Ferner ist die ökonomische Säule zu betrachten. Wir möchten **nachhaltige Produkte zu marktgerechten Preisen** anbieten und diesen mittels einer hohen Marktdurchdringung, zu nachhaltigen Effekten verhelfen. Ziel ist es, einen **bewussten Konsum zu ermöglichen**.

Besonders vor dem ökologischen Hintergrund ist festzuhalten, dass es global bislang kaum durchgängig nachhaltige Produkte gibt, da durch Produktion, Transport, Gebrauch und Recycling genauso Umweltauswirkungen entstehen, wie durch die eingesetzten Rohstoffe. Hier möchten wir mit unserem **Know-how, unserem Netzwerk sowie unseren Überzeugungen und Ansätzen, die Entwicklung hin zu nachhaltigen Sportgeräten beschleunigen**.

Die genannten Punkte werden schrittweise in die **Sortimentsstrategie** aufgenommen. Wir werden zukünftig über die Prozesse sowie den Stand berichten. Was heute schon gilt, ist, dass wir Produkte, die wir selbst in den Markt einführen, einem **Funktionalitäts- und Sicherheitstest** unterziehen. Wo es zielführend ist und Richtlinien definiert sind, greifen wir auf **eine ausführliche TÜV-Prüfung** zurück. Hierbei werden neben sicherheitsrelevanten Punkten chemische Tests zur Sicherstellung der Inhaltsstoffe gemacht. Für die Mehrzahl der Tests arbeiten wir mit **externen Prüfinstituten** zusammen.

Innovationsmanagement

Sport-Thieme hat ein **eigenes Team zur Sportgeräteentwicklung**. Hier entstehen gänzlich neue Sportgeräte bzw. werden bestehende Geräte praktisch weiterentwickelt. Im Rahmen dieser Weiterentwicklungen arbeiten wir mit verschiedenen Herstellern und teilweise unseren Kundinnen und Kunden zusammen, um Produkte in den Markt zu bringen, die **hohen Ansprüchen genügen**. Auch hier werden wir zukünftig **nachhaltige Aspekte stärker berücksichtigen**. Als Marktführer im institutionellen Sport besitzen wir eine hohe Marktdurchdringung und Reputation. Diese werden wir nutzen, um ein **breites Kund:innenspektrum von der Notwendigkeit nachhaltiger Produkte zu überzeugen**.

11 | INANSPRUCHNAHME NATÜRLICHER RESSOURCEN

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

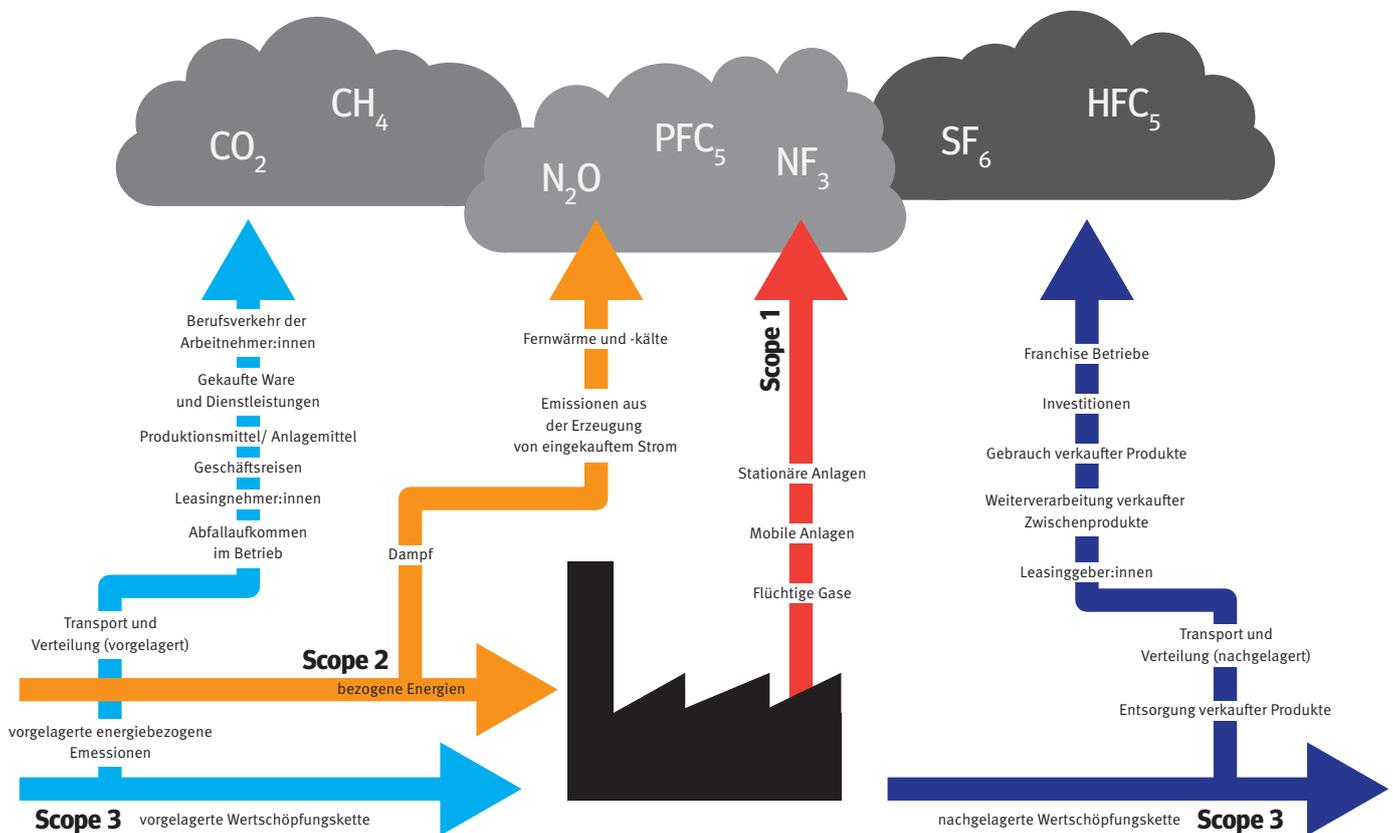
Unsere Geschäftstätigkeit nimmt verschiedene natürliche Ressourcen in Anspruch. Die wichtigsten Daten für unsere deutschen Niederlassungen sind:

Emissionen

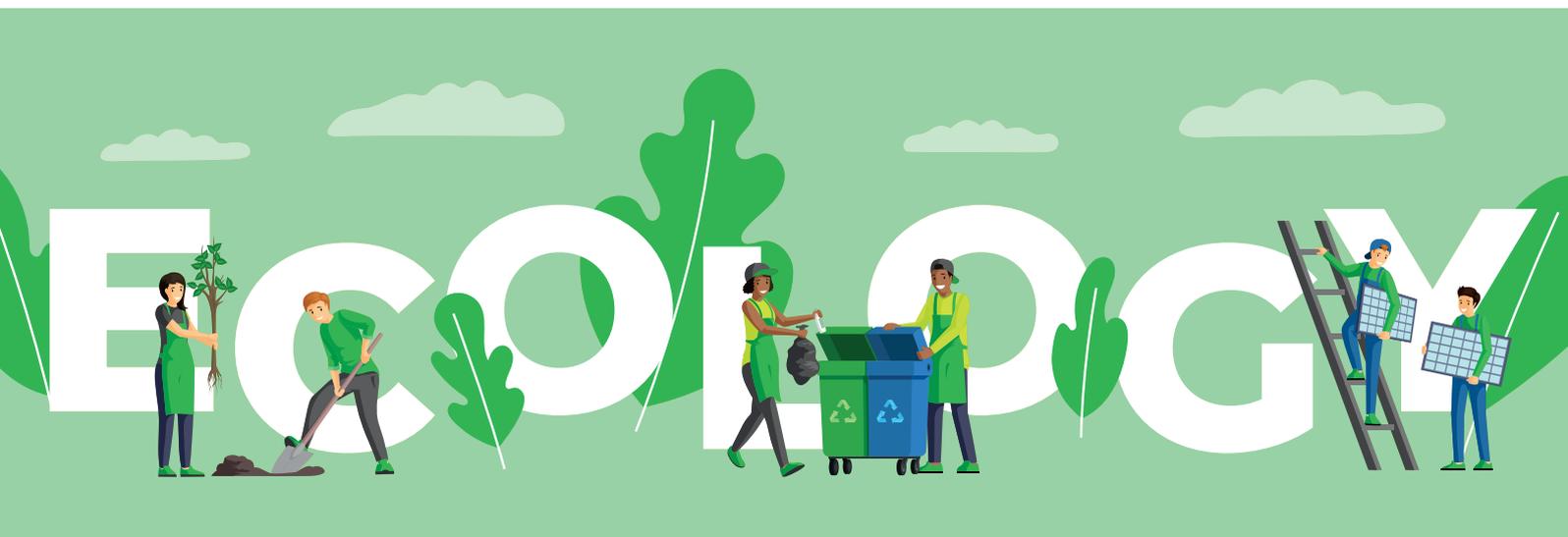
Die relevantesten sind die Emissionen klimarelevanter Stoffe, wie CO₂ und deren Äquivalente.

Klimarelevante Emissionen entstehen auf vielfältige Art und Weise, so beispielsweise im Rahmen der Wertschöpfungsketten (Rohstoffgewinnung, Produktionsprozess, Transport, Entsorgung) unserer Produkte, durch Mobilität wie Firmenfahrzeuge und Flugreisen oder durch Energieverbrauch in den Betriebsstätten und Büros.

EMISSIONS-KATEGORIEN (SCOPES) NACH DEM GREENHOUSE GAS PROTOCOL



Quelle: allianz-entwicklung-klima.de



Energie

Die Fernwärme für den Standort Grasleben, Deutschland, wird aus der hiesigen Biogasanlage bezogen, während der Logistikstandort Heidwinkel am Hauptstandort mittels Öl beheizt wird. Der indirekte Energieverbrauch an unserem Hauptsitz in Grasleben ergibt sich vor allem aus dem Verbrauch von Strom, der in Form von Ökostrom eingekauft wird. Im Heidwinkel speisen wir zudem über eine eigene Photovoltaikanlage ins Stromnetz ein. Nachfolgend die Energieverwendung über alle Standorte (Bitte beachten: Geschäftsjahr (GJ) 1.4.–31.3.):

	GJ 2019/20	GJ 2020/21
Erdgas	304 MWh	451 MWh
Heizöl	518 MWh	535 MWh
Elektrizität	820 MWh	798 MWh
Wärme (Biogas)	784 MWh	729 MWh

Zudem haben wir die folgenden Mengen durch unsere Photovoltaikanlage (PV-Anlage) ins Stromnetz eingespeist:

	2019	2020
Einspeisung ins Stromnetz durch PV	86 MWh	83 MWh

Wasser

Der Verbrauch von Wasser ist im Betriebsalltag sicherlich vernachlässigbar (Küche, sanitäre Anlagen), findet aber im Rahmen der Wertschöpfungsketten und besonders des Produktionsprozesses statt. Folgende Mengen verbrauchen wir an unserem Hauptstandort inkl. Produktion sowie an den Logistikstandorten:

	GJ 2019/20	GJ 2020/21
Wasser	1.388 m ³	1.096 m ³

Abfall

In den Büros wird der Abfall nach Papier, Bio, Restmüll und Gelbem Sack getrennt. In der Logistik und eigener Produktion (Holzfertigung) am Hauptstandort entsteht darüber hinaus Müll der Kategorien Pappe und Holz. Des Weiteren haben wir einen hohen Anteil an Aktenvernichtung sowie verschiedener Gewerbeabfälle. Hier eine aktuelle Auflistung der letzten beiden Geschäftsjahre:

	GJ 2019/20	GJ 2020/21
Papier, Pappe/Karton zur Verwertung	114 t	119 t
Abfall zur Verwertung (nicht gefährlich)	79 t	87 t
Abfall zur Verbrennung (nicht gefährlich)	46 t	68 t
Bioabfall	2 t	1 t

Fläche

Die von Sport-Thieme genutzten Grundstücke befinden sich weder in noch an einem Schutzgebiet. Durch Maßnahmen, wie der Anlage von Streuobst- und Blumenwiesen und Insektenhotels, leisten wir einen Beitrag zur Biodiversität. Folgende Grundstücksflächen stehen uns zur Verfügung:

Grasleben	20.465 m ²
Heidwinkel (Logistik)	50.594 m ²
Bartensleben (Logistik)	34.000 m ²

Rohstoffe

Die von uns angebotenen Produkte weisen unterschiedliche ökologische Indikatoren auf. Für diese werden je nach Produkt von Holz über Leder bis hin zu Plastik viele verschiedene Materialien verwendet. Auf Grund unseres umfangreichen Sortiments lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt der Verbrauch einzelner Ressourcen nicht vollständig ermitteln. Aktuell überprüfen wir, welche konkreten Mengen an Rohstoffen wir nutzen und inwiefern diese aus regenerierbaren Quellen stammen. Diese werden in einem Folgebericht angegeben.



12 | RESSOURCENMANAGEMENT

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

Wenngleich wir wissen, dass wir schonend mit Ressourcen umgehen müssen und erste Maßnahmen dazu in den letzten Jahren bereits ergriffen haben, sind diese noch nicht in konkreten Zielsetzungen verankert. Wir arbeiten mit Hochdruck daran, schnellstmöglich belastbares Zahlenmaterial zu gewinnen, um daraus messbare Maßnahmen zur Ressourceneinsparung abzuleiten.

Ein weiterer Hebel liegt **in den Wertschöpfungsketten der angebotenen Produkte**, die wir unterschiedlich stark beeinflussen können. Erhöhte Anforderungen erwarten wir im Bereich der Beschaffungslogistik und der Produkte, da wir oft nicht direkt die Verursacher sind, sondern Leistungen und physische Produkte beziehen, die mit unterschiedlichem Ressourceneinsatz hergestellt werden.

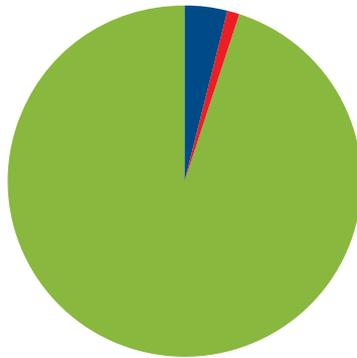
Die **Umstellung unseres Sortiments auf nachhaltige, lokal produzierte und möglichst umweltfreundlich transportierte Produkte benötigt Zeit und strukturelle Veränderungen** auf vielen Ebenen. Durch unsere Reputation und unser Einkaufsverhalten versuchen wir diese notwendige Entwicklung zu beschleunigen.

Weitere Punkte sind unter Punkt 2 „Wesentlichkeitsanalyse“ ausführlicher dargestellt. Hier zeigen sich die **Anknüpfungspunkte für Ressourceneffizienz**, die wir in der Nachhaltigkeitsstrategie aufgreifen werden.

13 | KLIMARELEVANTE EMISSIONEN

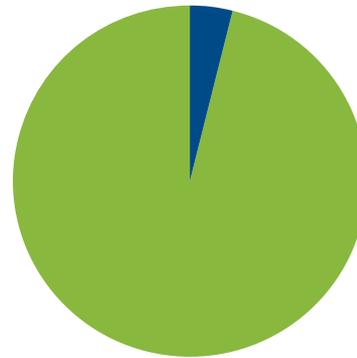
Das Unternehmen legt die Treibhausgas (THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.

CCF* Sport-Thieme GJ 2019/20



■ Scope 1: 4 %
 ■ Scope 2: 1 %
 ■ Scope 3: 95 %

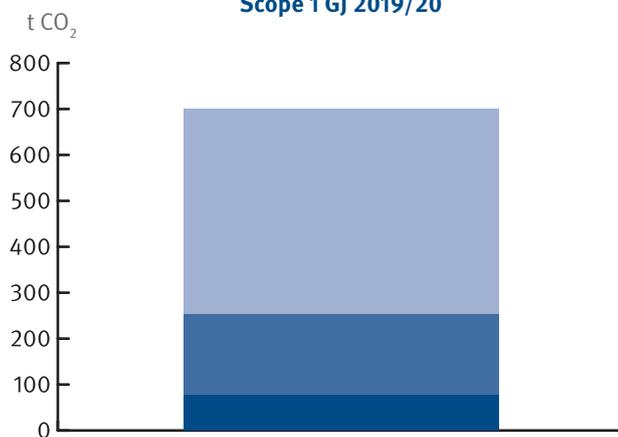
CCF* Sport-Thieme GJ 2020/21



■ Scope 1: 4 %
 ■ Scope 2: 0 %
 ■ Scope 3: 96 %

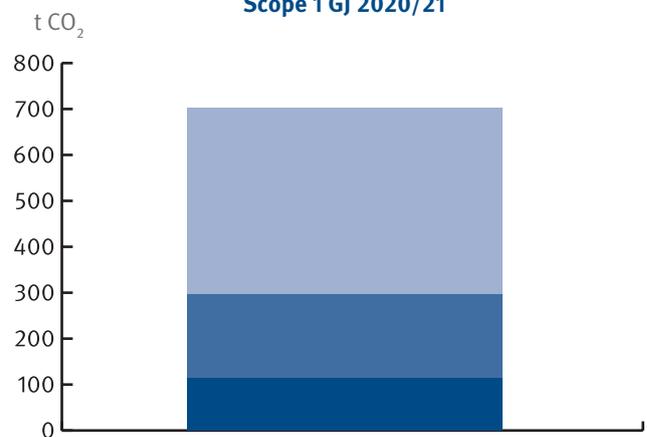
*Corporate Carbon Footprint (CCF)

Scope 1 GJ 2019/20



■ Fahrten mit firmeneigenen PKW (Diesel): 447,7 t
 ■ Heizöl: 176,3 t
 ■ Treibstoff für Notstromaggregate (Benzin, Diesel): 76,7 t

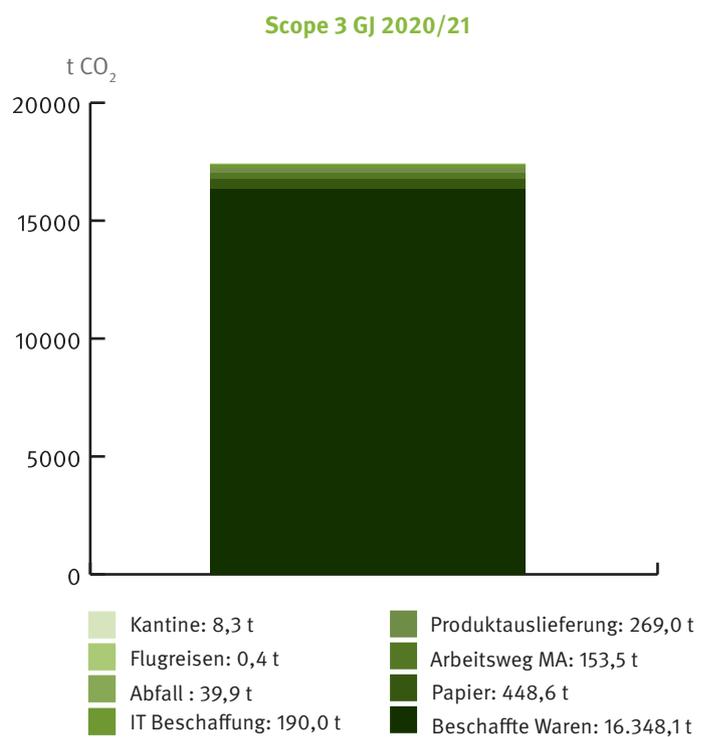
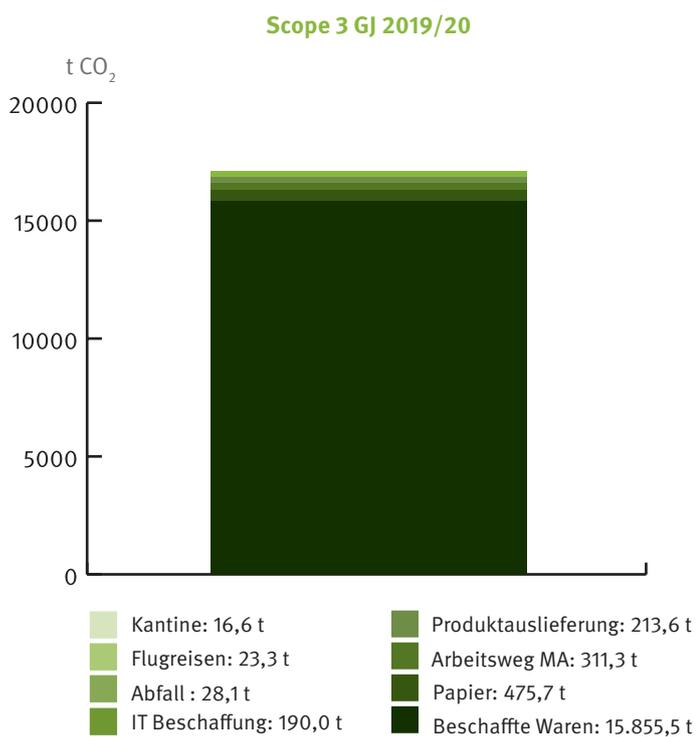
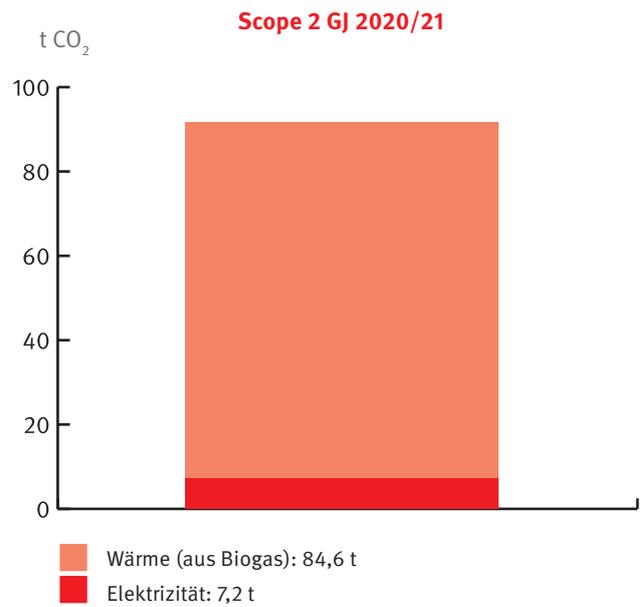
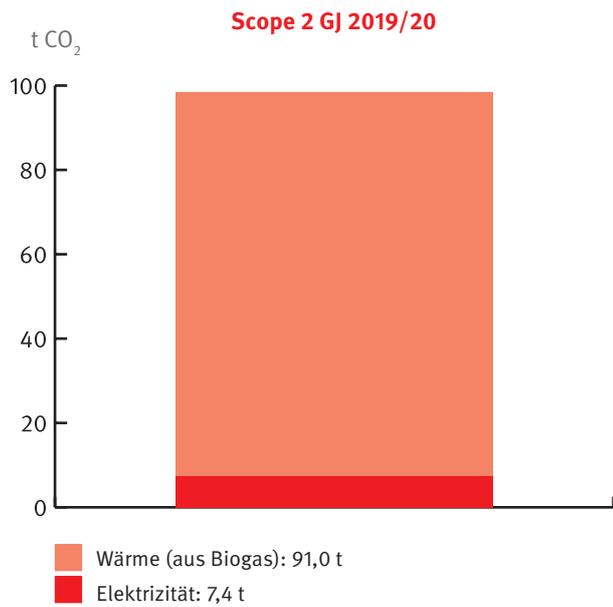
Scope 1 GJ 2020/21



■ Fahrten mit firmeneigenen PKW (Diesel): 408,2 t
 ■ Heizöl: 182,0 t
 ■ Treibstoff für Notstromaggregate (Benzin, Diesel) : 113,8 t

NACHHALIGKEITSASPEKTE

UMWELTBELANGE





14 | ARBEITNEHMERRECHTE

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeitenden im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

Sport-Thieme beschäftigt deutschlandweit derzeit etwa **420 Mitarbeitende (Vollzeitäquivalent 354)**, die meisten davon am Hauptstandort Grasleben, Niedersachsen. Hier bilden wir zudem aus. Derzeit befinden sich **33 Auszubildende in 9 Berufen in Ausbildung**.

Sport-Thieme ist nicht explizit an einen tariflichen Vertrag gebunden, lehnt sich jedoch an den **Tarifvertrag des „Groß- und Außenhandel in Niedersachsen“** an.

Zu Weihnachten erhalten unsere Mitarbeitenden ein **Weihnachtsgeld** in Höhe eines Monatslohns/Monatsgehalts. Im Sommer zahlen wir als **freiwillige Leistung allen Mitarbeitenden eine Tantieme**, deren Höhe sich am wirtschaftlichen Erfolg des Vorjahres orientiert.

Neben der marktgerechten Entlohnung bietet Sport-Thieme seinen Mitarbeitenden eine **breite Palette an sozialen Zusatzleistungen** an. Nachfolgend ein Auszug der sozialen Nebenleistungen:

- Essensgeld
- Arbeitskleidung
- Mobilitätzuschuss
- Zuschuss für Mittagessen
- Treueprämie bei 10-, 25- und 40-jähriger Betriebszugehörigkeit
- Lebensversicherung zu Gunsten des Mitarbeitenden
- Einmalige Sonderzahlung bei Geburt eines Kindes
- Einmalige Sonderzahlung sowie einen Tag Sonderurlaub bei eigener Hochzeit
- Hinterbliebenenbeihilfe
- Darlehen in Notfällen

- Fürstenberg Institut zur kostenfreien, anonymen psychologischen Beratung
- Sonderurlaub bei unvorhersehbaren Katastrophen wie der Hochwasserflut
- Gesundheitskurse, eigenes Fitnessstudio und kostenfreie Physiotherapie

Für Sport-Thieme und seine Lieferanten gelten die **Grundprinzipien der ILO³ -Kernarbeitsnormen**. Hierzu zählen u. a. die Vereinigungsfreiheit und das Vereinigungsrecht, die Beseitigung von Zwangsarbeit, die Abschaffung von Kinderarbeit und das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.

Wir pflegen eine **offene und transparente Unternehmenskultur**, die sich am Unternehmensleitbild orientiert. Die Mitarbeitenden sind aufgerufen, Initiative für ihre Anliegen zu ergreifen. Wir sehen in der **Beteiligung der Mitarbeitenden die Chance**, nachhaltige und transformative Ideen und Projekte selbstwirksam einzubringen und Veränderungen zu bewirken. Im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit stellt zudem das CSR-Team agile Task-Forces zusammen, die sich gezielt mit einzelnen Themenschwerpunkten befassen und Lösungsvorschläge erarbeiten.

Sport-Thieme exportiert seine Waren weltweit, wobei die Kernaktivitäten im europäischen Markt zu finden sind. Hier sind wir in **12 verschiedenen Ländern (9 EU-Länder, UK, Schweiz, Norwegen)** mittels Vertriebspartnerschaften oder einer jeweils länderspezifischen Vertriebsstruktur aktiv. Das **Niveau der Arbeitnehmerrechte in den einzelnen Ländern ist sehr hoch**, weshalb eine Intervention von Sport-Thieme an dieser Stelle nicht notwendig ist. Anders sieht es bei internationalen Lieferanten aus. Hier sichern wir im Rahmen unserer Möglichkeiten **mittels Lieferantenverträgen und Besuchen vor Ort ab, dass globale Standards, Arbeitsschutz und elementare Menschenrechte eingehalten werden**. Eine vollständige Absicherung, dass alle Standards zu jeder Zeit eingehalten werden, ist nicht möglich. Mittels Zertifizierungen der Lieferanten und künftig IT-gestützten Risiko-Analysen sind wir bestrebt, möglichst hohe Standards in unserer Lieferkette zu gewährleisten.

³ ILO: International Labor Organisation



15 | CHANCENGLEICHHEIT

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

Als **Unterzeichner der Charta der Vielfalt** lebt Sport-Thieme ein **weltoffenes, wertschätzendes und respektvolles Miteinander**, das ohne bislang festgeschriebene Zielsetzungen und Strategien geprägt ist von Chancengleichheit und einer diskriminierungsfreien Firmenkultur. Die Verankerung von Strategien zur Schaffung von **Chancengerechtigkeit**, ist ein wichtiger Punkt für unsere zukünftige Nachhaltigkeitsstrategie.

Bei Sport-Thieme arbeiten Menschen jeder Herkunft, sexueller Orientierung, Religion, Weltanschauungen, mit und ohne

Beeinträchtigungen sowie Menschen jeden Alters und Geschlechts. Wir unterstreichen dies mit der Verwendung geschlechtergerechter Sprache in der internen Kommunikation.

Die **Vereinbarkeit von Familie und Beruf** ist seit vielen Jahren ebenfalls wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Neben **praxisbewährten Arbeitszeitmodellen bieten wir Kindergartenplätze** in einer benachbarten Kindertagesstätte am Hauptstandort Grasleben an. Des Weiteren ermöglichen wir **mobiles Arbeiten, sofern die Betreuung von Kindern oder die Pflege von Angehörigen dadurch vereinfacht** wird. Dieses war gerade im zurückliegenden Pandemiejahr eine sehr häufig genutzte Option, um Beruf und Familie gerecht zu werden. Beispielsweise konnten Eltern von Kindern bis einschließlich 12 Jahren sowie pflegende Angehörige in den coronabedingten Lockdownphasen 2020 als freiwillige Leistung von Sport-Thieme, bis zu 20 % ihrer bezahlten Arbeitszeit für die Kinderbetreuung und Homeschooling sowie die Pflege von Angehörigen verwenden.



16 | QUALIFIZIERUNG

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeitenden, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

Sport-Thieme investiert jährlich 100.000 Euro in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeitenden (Durchschnittswert der Jahre 2014–2021). Die Förderung der Beschäftigungsfähigkeit aller Mitarbeitenden ist ein großes Anliegen und wird durch gezielte Angebote unterstützt. Nachfolgend ein Auszug der angebotenen Optionen:

- Ermutigung, Finanzierung und Unterstützung individueller Entwicklungen (z. B. Weiterbildung als Betriebswirt:in, Logistikmeister:in oder Hochschulabschlüsse in passenden Studiengängen)

- Unterstützung für den erfolgreichen Ausbildungsabschluss (z. B. Prüfungsvorbereitungskurse)

- Auffrischung und Weiterentwicklung klassischer, unternehmensweit eingesetzter Arbeits-Tools wie Excel, Outlook, Teams
- Buchung individueller Fortbildungen, um die Beschäftigungsfähigkeit im eigenen Tätigkeitsfeld aufrechtzuerhalten oder zu verbessern

- Zur schnellen Integration und Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit durchlaufen neue Mitarbeitende eine Basiseinarbeitung, die neben dem Verständnis für die Aufgabenfelder jeweiliger Abteilungen auch Projekt- und Kundens Schulungen (innerhalb von 6 Monaten) enthält
- Führungskräfte nehmen am Führungstraining teil, das halbjährlich einen Austausch und Fortbildungen für Führungskräfte anbietet und ein einheitliches Führungsverständnis fördern soll

Auf Grund der immer **dynamischer werdenden Arbeitswelt** und den damit verbundenen Veränderungen, investieren wir gezielt in die Digitalisierung unserer Prozesse. Dies ist ein wichtiger Faktor für unsere Zukunftsfähigkeit und zugleich Ansatz für mehr Nachhaltigkeit.

Die Anforderungen, die von außen an uns herangetragen werden, steigen dabei gleichermaßen. **Wir begegnen diesen Entwicklungen offen** und binden die Mitarbeitenden in notwendige Entwicklungsprozesse frühzeitig ein. Wird beispielsweise eine digitale Lösung im Unternehmen eingeführt, gibt es **begleitende Informations- und Schulungsangebote**. Unsere **Mitarbeitenden sollen an und mit diesen Entwicklungen wachsen** und das Potenzial sehen, das in Veränderungen stecken.

Mit dem zur Verfügung stehenden Budget investieren wir in die **Fähigkeiten und Fertigkeiten unserer Mitarbeitenden**. Dabei geht es nicht nur um Hard Skills. Vielmehr bieten wir Trainings, wie **wertebasiertes Führen und der Umgang mit Konfliktsituationen**, zur Erweiterung der Soft Skills an.

Um den Fachkräften von morgen einen fundierten Start ins Berufsleben zu ermöglichen, ist Sport-Thieme seit vielen Jahren angesehener Ausbildungsbetrieb. **Derzeit absolvieren 33 Auszubildende in 9 unterschiedlichen Berufen ihre Ausbildung** bei uns. Die Auszubildenden erhalten eine mehrfach ausgezeichnete Ausbildung, die durch **attraktive Mehrwerte** (z. B. Azubi-Sport, Azubi-Treffen, Fallschirmsprung) abseits von Berufsschule und Berufsalltag überzeugt. Viele der derzeit festangestellten Mitarbeitenden haben ihre Berufslaufbahn mit einer Ausbildung bei Sport-Thieme begonnen und sind dem Unternehmen seit vielen Jahren verbunden.

Die **heutige Schnellebigkeit und ständige Veränderung benötigen einen guten Ausgleich** sowie Möglichkeiten Resilienzen zu entwickeln. Unseren Mitarbeitenden bieten wir daher, wie in Punkt 15 „Arbeitnehmerrechte“ geschrieben, ein **umfangreiches Sport- und Gesundheitsangebot** zur Verbesserung der psychischen Resilienz und dem allgemeinen physischen Wohlbefinden. Darüber hinaus verfügen wir mit dem Fürstberg-Institut über ein externes Psychologenteam für anonyme und kostenfreie Beratungen.



17 | MENSCHENRECHTE

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.

Wir bestätigen, dass wir den **Grundprinzipien der ILO-Kernarbeitsnormen** zustimmen und diese in unserem Unternehmen umsetzen. Hierzu zählen u.a. die Vereinigungsfreiheit und das Vereinigungsrecht, die Beseitigung von Zwangsarbeit, die Abschaffung von Kinderarbeit und das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf. Gleichzeitig sichern wir zu, dass wir durch **individuelle Maßnahmen eine Umsetzung dieser Grundsätze auch bei unseren Lieferanten einfordern**.

Die Einhaltung der Menschenrechte und der ILO-Kernarbeitsnormen ist für uns in unseren Lieferketten von hoher Relevanz und wird **über die Sport-Thieme Einkaufsbedingungen geregelt**. Der Lieferant verpflichtet sich, insbesondere die ILO-Konventionen und Empfehlungen zum Thema Zwangsarbeit, Kinder-

arbeit, Gleichbehandlung und Mindestlöhne einzuhalten. Sofern diese nicht eingehalten werden, stellt Sport-Thieme unverzüglich die Geschäftsbeziehung ein.

Des Weiteren **besuchen wir Produktionsstätten unserer Zulieferer**, um uns vor Ort von den Produktionsbedingungen zu überzeugen. Aufgrund der Vielzahl unserer Lieferanten können wir hier jedoch keine vollständige Abdeckung gewährleisten. Einige der Hersteller **arbeiten mit Qualitätsprüfern zusammen**, die den Produktionsprozess in den verschiedenen Werken begutachten. Hier verbirgt sich ein Risiko unseres Geschäftsmodells. Wir können noch nicht vollständig ausschließen, dass sich vereinzelt Zulieferer über die vertraglichen Regelungen hinwegsetzen.

Insgesamt können wir jedoch für Sport-Thieme und die direkten Tochterunternehmen versichern, dass die **Menschenrechte bei all unserem Wirken eingehalten werden**. Auch wenn für uns die Einhaltung der Menschenrechte bei all unseren zuliefernden Betrieben und Dienstleistern höchstes Anliegen ist, gibt es derzeit jedoch noch keine definierte Zielsetzung zu diesem Punkt. Eine höhere Absicherung für diese Themen in unseren Lieferketten zu finden, wird Teil der anstehenden Nachhaltigkeitsstrategie sein.



18 | GEMEINWESEN

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.

Mit gezielten Engagements kommen wir unserer **gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus** nach. Durch die Zusammenarbeit mit Verbänden, Kammern, Initiativen und Vereinen ist es uns wichtig, international und national sowie regional Einfluss zu nehmen.

Auf Grund unseres Firmenstammsitzes sind wir eng mit dem Ort Grasleben und der Region Helmstedt/Braunschweig in Deutschland verwurzelt. Da unsere Leidenschaft dem Sport und der Bewegung gehört, liegt es nahe, dass wir neben **Sportveranstaltungen und -vereinen** (TSV Grasleben, Helmstedter SV), den regionalen Sport allgemein durch eine Partnerschaft mit dem Kreissportbund Helmstedt fördern. Zudem engagieren wir uns für die **Kinder in unserem regionalen Umfeld** durch eine eigens organisierte Ferienfreizeit in Grasleben und die Unterstützung des hiesigen Schulfördervereins. Daneben unterstützen wir **kulturelle Events und Initiativen**, wie die Helmstedter Filmklappe, die Braunschweiger Filmklappe, den Freundeskreis Burg Warberg und den Förderverein Brunnen theater Helmstedt. Darüber hinaus fördern wir **Begegnungs- und Erlebnisstätten** (z. B. Freibad Grasleben, Familienzentrum Wohlfühl-Ecke in Grasleben) und die Freiwillige Feuerwehr Grasleben. Ergänzend sind unsere **langjährigen Partnerschaften zu den SOS-Kinderdörfern und Special Olympics Deutschland** zu nennen.

In der Industrie- und Handelskammer Braunschweig sind wir zudem im Prüfungsausschuss tätig und in die mündlichen Abschlussprüfungen der Groß- und Außenhandelskaufleute eingebunden.

Nachfolgend eine kleine Auswahl unserer vielfältigen Partnerschaften:

- Special Olympics Deutschland und Österreich
- Bund der Sportartikelindustrie (BSI)
- Landessportbund Berlin
- Landessportverband Schleswig-Holstein
- Deutscher Sportlehrerverband (DSLTV)
- RAL Gütegemeinschaft Sportgeräte e. V.
- DIN – Deutsches Institut für Normung e. V. NA-Sport
- Snoezelen-Stiftung
- Arbeitgeberverband Region Braunschweig e. V.
- Total Equality e. V. (Chancengleichheit von Frauen und Männern in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung)
- Allgemeiner Deutscher Hochschulsportverband e. V.
- Behinderten-Sportverband Niedersachsen e. V.
- Niedersächsischer Turner-Bund
- Bayrischer Turnverband e. V.
- Behinderten- und Rehabilitations-Sportverband Bayern e. V.
- KreisSportBund Helmstedt e. V.
- Rhein Hessischer Turnbund e. V.
- AHAB Akademie GmbH
- Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
- Niedersächsischer Leichtathletik-Verband e. V.
- Allianz für die Region (BOHEME)
- Swiss Athletics



19 | POLITISCHE EINFLUSSNAHME

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.

Sport-Thieme übt **politische Arbeit auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene lediglich über Interessenvertretungen** in Form von Mitgliedsverbänden aus. Wir sind beispielsweise im Bundesverband des Deutschen Versandhandels (BEVH), der RAL Gütegemeinschaft Sportgeräte, im Deutschen Institut für Normung (DIN) oder im Bundesverband der deutschen Sportartikelindustrie (BSI) organisiert. Hier werden **für die Branche wichtige**

gesetzliche Regelungen bzw. Entwicklungen diskutiert und bei Bedarf an die Politik herangetragen. Dabei sind uns besonders **Themen rund um die Bewegungsförderung** ein großes Anliegen.

Außerhalb der Mitgliedschaft in den oben genannten Verbänden ist Sport-Thieme politisch nicht aktiv und tätigt **keine Spenden an Parteien oder Politiker.**

Aktuelle Gesetzgebungsverfahren, die für Sport-Thieme Relevanz haben, sind u. a. das 2021 im deutschen Bundestag verabschiedete Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten sowie die anstehende zweite Version des deutschen Bundesklimaschutzgesetzts.

WERTSCHÄTZUNG

Wir leben ein wertschätzendes und respektvolles Miteinander.



20 | GESETZES- UND RICHTLINIENKONFORMES VERHALTEN

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

Sport-Thieme hat **strenge Compliance-Richtlinien, zu denen sich die Mitarbeitenden schriftlich verpflichten**. Fälle von **Korruption und Bestechung kamen bei Sport-Thieme bis jetzt nicht vor** und

würden nicht toleriert und mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln sanktioniert werden. Wengleich wir Gesetzesverstöße in der Vergangenheit nicht feststellen konnten, kann dies im Einzelfall zukünftig nicht gänzlich ausgeschlossen werden. **Wir beugen dem durch verschiedene Maßnahmen vor.**

Dazu gehört eine offene Firmenkultur und -atmosphäre, die von ständigem Austausch und gegenseitigem Vertrauen lebt. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden bei privaten Problemen, siehe Punkt 14 „Arbeitnehmerrechte“ und sind überzeugt, dass sie sich auf Basis dieser Vertrauenskultur ehrlich und gesetzeskonform verhalten.



ÜBER DIESEN NACHHALTIGKEITSBERICHT

Um den jeweiligen Status quo der nachhaltigen Ausrichtung von Unternehmen strukturiert darzustellen und von Experten bewerten zu lassen, hat der Rat für nachhaltige Entwicklung den **Deutschen Nachhaltigkeits-Kodex (DNK)** ins Leben gerufen. Dieser dient u. a. dazu, die eigenen Stakeholderinnen und Stakeholder über die Nachhaltigkeitsleistungen zu informieren.

Der vorliegende Bericht orientiert sich am gesetzten Rahmen des DNK. An der entsprechenden Erklärung zum DNK arbeiten wir aktuell und werden diese in den kommenden Wochen einreichen.

Der Rahmen des Berichts gliedert sich in die Oberthemen **Nachhaltigkeitskonzept und Nachhaltigkeitsaspekte**. Zum Nachhaltigkeitskonzept gehören die Punkte **Strategie und Prozessmanagement**, zu den Nachhaltigkeitsaspekten die Punkte **Umweltbelange und Gesellschaft**. Weitere Unterthemen folgen, sodass insgesamt über **20 Themenfelder** berichtet wird.

In diesem Bericht finden Sie diese Struktur wieder. Jedes neue Themenfeld beginnt mit einer kurzen Beschreibung der Anforderung, die der DNK an den jeweiligen Punkt stellt. Dem folgt jeweils die Stellungnahme von Sport-Thieme zu dem entsprechenden Themenfeld.

HERAUSGEBER

Sport-Thieme GmbH
Helmstedter Straße 40
38368 Grasleben

Im Namen der Geschäftsleitung
Katharina Thieme-Hohe

CSR-MANAGER

Wolfram Nimmerrichter

GESTALTUNG, SATZ UND GRAFIK

Laura Frensch
Robin Heidrich

KONTAKT

CSR@sport-thieme.de

TEXT UND REDAKTION

Martin Strobel
Helge Jandt

ERSCHEINUNGSORT UND -DATUM

Grasleben, im September 2022

HOMEPAGE

sport-thieme.com



SPORT-THIEME
Hier sind Ihr Team!