TRANSITION PLAN

STRATEGIEN ZUR NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG VON DECATHLON 2020-2026

2.VERSION
JANUAR 2021

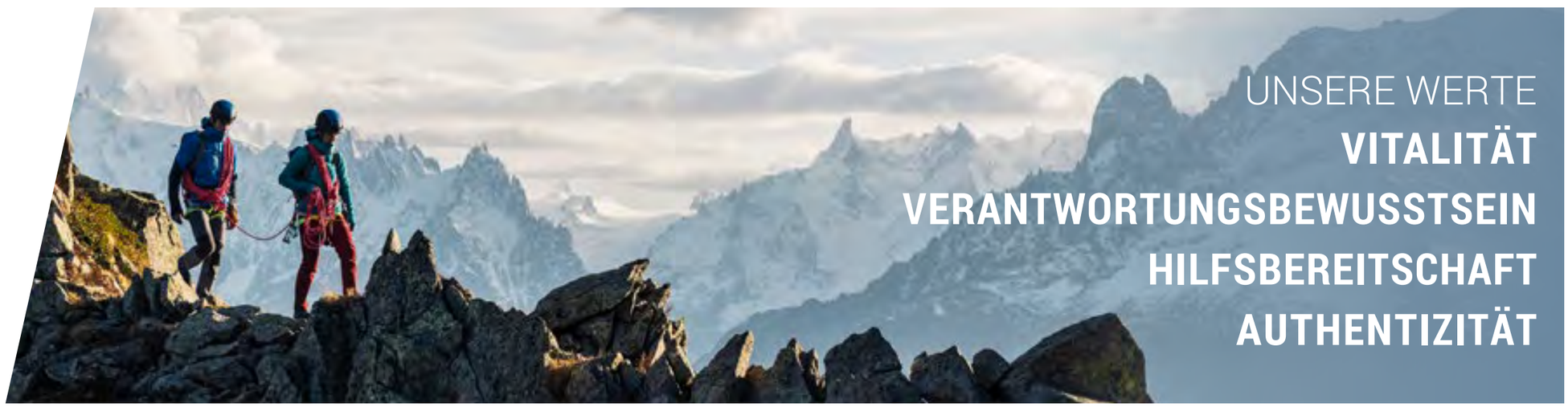
einblicke.decathlon.de/nachhaltigkeit

UNSER UNTERNEHMENSSINN

DEN MENSCHEN UND DEM PLANETEN VON NUTZEN SEIN

UNSERE MISSION

SO VIELEN MENSCHEN WIE MÖGLICH DIE FREUDE AM SPORT NACHHALTIG ERMÖGLICHEN



UNSERE WERTE

VITALITÄT

VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN

HILFSBEREITSCHAFT

AUTHENTIZITÄT

UNSERE 3 PFEILER

MIT DEM DECATHLON TRANSITION PLAN 2020-2026 BEKRÄFTIGEN WIR UNSER ENGAGEMENT UND UNSERE ZIELE FÜR DIE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG.

Es handelt sich hierbei um ein dynamisches Dokument: Auf Grundlage unserer Erfahrungen, aktuelle Forschungserkenntnisse, neu entwickelter Methoden und veränderter Herausforderungen können wir es jährlich aktualisieren.

1

PEOPLE: FÖRDERUNG UNSERER MITARBEITER:INNEN

2

PLANET: UMWELTSCHUTZ

3

PERFORMANCE: NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Die siebzehn Ziele für nachhaltige Entwicklung sind ein Aufruf an alle Länder, Wohlstand zu fördern und gleichzeitig den Planeten zu schützen. Sie beruhen auf der Auffassung, dass die Beendigung der Armut mit Strategien zur Entwicklung des Wirtschaftswachstums und zur Deckung einer Reihe sozialer Bedürfnisse einhergehen muss, darunter Bildung, Gesundheit, Schutz der sozialen Wohlfahrt und Beschäftigungsmöglichkeiten, während gleichzeitig die Umwelt geschützt und der Klimawandel bekämpft werden muss.

Bei DECATHLON möchten wir zu einer besseren Welt beitragen, indem wir Maßnahmen ergreifen, um die Ziele für nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.

"Mehr Informationen hierzu auf: undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals "

1 PEOPLE: FÖRDERUNG UNSERER MITARBEITER:INNEN

HERAUSFORDERUNGEN

DIVERSITÄT UND INKLUSION

MENSCHENRECHTE

KOMPETENZEN & WEITERENTWICKLUNG

TEILEN VON MEHRWERT

BEGEISTERUNG FÜR UNSERE PRODUKTE

WOHLERGEHEN DURCH DIE FREUDEN UND VORTEILE **DES SPORTS**

1. PEOPLE: FÖRDERUNG UNSERER MITARBEITER:INNEN

UNSERE HERAUSFORDERUNGEN

DIVERSITÄT & INKLUSION

Als inklusives Unternehmen wollten wir Vorreiter für Diversität sein (Alter, Geschlecht, Nationalität usw.). Individualität ist für uns ein Mehrwert.

KOMPETENZEN & WEITERENTWICKLUNG

Ob im Sport oder im Berufsleben: Wir lieben Herausforderungen! Unser Ziel: zufriedene Teamkolleg:innen auf der ganzen Welt, die Schritt für Schritt mehr Verantwortung im Hinblick auf unsere Vision und damit für unsere Kund:innen, Nutzer:innen, Partner:innen und Nachbar:innen übernehmen.

MENSCHENRECHTE

Wir führen regelmäßige Audits bei den Lieferanten unserer Signed Sports durch, um sicherzustellen, dass die Arbeitsbedingungen unserem Verhaltenskodex entsprechen.

TEILEN VON MEHRWERT

"Wir schaffen nachhaltigen Mehrwert und teilen unsere Erfolge mit unseren Teams. "

BEGEISTERUNG FÜR UNSERE PRODUKTE

Wir prüfen unsere Komponenten und Endprodukte in der Entwurfs-, Entwicklungs- und Produktionsphase, um zu gewährleisten, dass sie die Erwartungen an Funktionalität, Sicherheit und Langlebigkeit erfüllen.

1. PEOPLE: FÖRDERUNG UNSERER MITARBEITER:INNEN

ZIELE BIS 2026

HERAUSFORDERUNGEN	STRATEGIEN	ZIELE BIS 2026
1/ WOHLBEFINDEN	▸ Als Sportler:innen streben wir stets nach **Höchstleistungen** und legen Wert auf eine **angenehme Zusammenarbeit.**	**60 % unserer Mitarbeiter:innen* kommen jeden Morgen gerne zur Arbeit, weil sie auf persönliche und gemeinsame Ziele hinarbeiten.** **nur Antworten mit „Ja, voll und ganz".*
2/ DIVERSITÄT & INKLUSION	▸ Wir sind ein **inklusives Unternehmen, das sich durch hohe Diversität in Alter, Geschlecht, Nationalität** usw. auszeichnet. Unsere Teams sind ein Spiegelbild der Gesellschaft, und wir schützen die Individualität unserer Mitarbeiter:innen.	**50 % Frauen und 50 % Männer**
		50 % unserer Teamleiter:innen sind Frauen **Mitarbeiterinnen mit hierarchischer Verantwortung für mindestens eine Person*
3/ MENSCHENECHTE	▸ Gemeinsam mit den **Lieferanten unserer Signed Sports** arbeiten wir an der kontinuierlichen Verbesserung der Arbeitsbedingungen gemäß unserem Verhaltenskodex (Code of Conduct).	**90 % unserer Tier-1-Lieferanten* wurden bei unseren Audits mit der Note A, B oder C bewertet.** **Ein Lieferant, der mit einem Unternehmen der DECATHLON Gruppe einen Fertigungsvertrag über die Produktion oder Montage von Endprodukten oder teilweise fertigen Produkten oder einen Kaufvertrag über die Bereitstellung von Rohmaterialien oder Komponenten abgeschlossen hat. Er erhält Bestellungen direkt von diesem Unternehmen und rechnet diese auch mit ihm ab.*
	▸ Unsere Mitarbeiter:innen wissen, welche Herausforderungen im Hinblick auf die Menschenrechte bei der Geschäftstätigkeit von DECATHLON und unseren Lieferanten bestehen. Sie setzen alles daran, um entsprechende Maßnahmen in unsere Prozesse und Einkäufe zu integrieren.	**100 % der betreffenden Mitarbeiter:innen nehmen an Schulungen zum Thema Menschenrechte teil.**
4/ GESUNDHEIT & SICHERHEIT	▸ Die **körperliche und geistige Gesundheit und Sicherheit** unserer Mitarbeiter:innen, Nutzer:innen und Kund:innen stehen für uns im Vordergrund.	**100 % unserer Mitarbeiter:innen fühlen sich sicher an ihrem Arbeitsplatz.** **nur Antworten mit „Ja, voll und ganz" und „Eher ja".*
		100 % unserer Mitarbeiter:innen dürfen ihre Meinung sagen und werden gehört.

1. PEOPLE: FÖRDERUNG UNSERER MITARBEITER:INNEN

ZIELE BIS 2026

HERAUSFORDERUNGEN	STRATEGIEN	ZIELE 2026
5/KOMPETENZEN & WEITER-ENTWICKLUNG	▸ Unsere Fortschritts- und Leistungskultur beruht auf unserem starken Wunsch nach **Autonomie und Verantwortungsübernahme** durch unsere Mitarbeiter:innen. Sie wählen ihre Projekte und ihre Aufgaben und entwickeln neue Fähigkeiten und Talente, mit denen sie ihre Karrieremöglichkeiten erweitern. Wir unterstützen sie bei ihren Aufgaben und ihrer Weiterentwicklung mit ebenso hohem Anspruch wie Verständnis in Übereinstimmung mit unserem Managementmodell (regelmäßige Individualgespräche, Team-Meetings).	**100 % unserer Mitarbeiter:innen* erhalten Unterstützung bei ihrer beruflichen Entwicklung** **nur Antworten mit „Ja, voll und ganz" und „Eher ja"*
6/ TEILEN VON MEHRWERT	▸ Wir schaffen **nachhaltigen Mehrwert und teilen die Früchte unseres Erfolgs** mit unseren Mitarbeiter:innen. Dabei stecken wir uns ambitionierte Ziele und ergreifen die nötigen Maßnahmen, um diese zu erreichen. ▸ Wir schaffen menschlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Wert.	**100 % der berechtigten Mitarbeiter:innen haben sich entschieden, über die Aktienbeteiligung Miteigentümer:innen von DECATHLON zu werden.**
7/ AGILE NETZWERK-ORGANISATION	▸ Wir helfen unseren Mitarbeiter:innen bei der Anpassung an die digitale Umgebung, um ihr Engagement zu steigern und die digitale Transformation zu unterstützen.	**100 % aller Länder werden durch einen digitalen Index dargestellt.**
8/ BEGEISTERUNG FÜR UNSERE PRODUKTE	▸ Wir prüfen und genehmigen unsere fertigen Produkte und Komponenten in der Entwurfs-, Entwicklungs- und Produktionsphase, um sicherzustellen, dass sie den Erwartungen gerecht werden und eine sichere und dauerhafte Verwendung gewährleisten. Wir arbeiten proaktiv an Lösungen, um vollständig auf potenziell schädliche Chemikalien in unseren Sportartikeln zu verzichten.	**76 % unserer Kund:innen sind begeistert.**** ***Kund:innen, die unsere Produkte mit 5/5 Sternen bewertet haben*

2 PLANET: UMWELTSCHUTZ

DIE FREUDEN DES SPORTS IN EINER GESCHÜTZTEN UMWELT

HERAUSFORDERUNGEN

KAMPF GEGEN DEN KLIMAWANDEL UND SCHUTZ DER BIODIVERSIÄT

KREISLAUFWIRTSCHAFT

2.PLANET: UMWELTSCHUTZ

UNSERE HERAUSFORDERUNGEN

KAMPF GEGEN DEN KLIMAWANDEL UND SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT

Als Designer und Händler von Sportprodukten übernehmen wir Verantwortung für die Reduzierung von CO_2-Emissionen gemäß den wissenschaftlichen Empfehlungen. Wir sind überzeugt, dass der beste Weg in einem von der Wissenschaft unterstützten Kurs liegt. Aus diesem Grund haben wir von DECATHLON entschieden, uns auf die **Science Based Target Initiative (SBTi)** zu stützen, um die folgenden Klimaziele zu erreichen:

> Reduzierung der gesamten CO_2-Emissionen um 75 % (in den Scopes 1 et 2.*)
> Verpflichtung unserer Hauptlieferanten, eigene wissenschaftlich fundierte Pläne zur Reduzierung der CO_2-Emissionen bis 2024 festzulegen.**

Wir haben uns auch dem Ziel der Initiative **RE100** verpflichtet, bis 2026 100 % unserer Energie aus erneuerbaren Quellen zu beziehen.

Mit diesen Maßnahmen unterstützen wir das Unternehmensziel, die **CO_2-Emissionen aller zwischen 2016 und 2026 verkauften Produkte** für alle DECATHLON Aktivitäten (Scopes 1, 2 und 3) **um 40 % zu reduzieren.*****

Wir arbeiten mit anderen Designern und Akteuren der Branche in Übereinstimmung mit der UN-Charta für Klimaschutz in der Modebranche zusammen.

Global Climate Action – United Nations Climate Change | SCIENCE BASED TARGETS | RE 100

→ UNSER BEITRAG BIS 2030 BESTEHT IN DER REDUZIERUNG UNSERER DIREKTEN UND INDIREKTEN EMISSIONEN, DER SPEICHERUNG VON KOHLENSTOFF ENTSPRECHEND UNSERER RESTEMISSIONEN SOWIE ZUSÄTZLICH DER UNTERSTÜTZUNG ANDERER AKTEURE BEI DER REDUZIERUNG IHRER EMISSIONEN.

**Scope 1 und 2: direkte und indirekte Emissionen im Zusammenhang mit dem Einkauf von Strom.*
***Dies beinhaltet die Einholung von Lieferantenverpflichtungen, die 90 % unserer Produktemissionen ausmachen (Rohstoffgewinnung und Produktion).*
****Scope 1, 2 und 3: direkte und indirekte Emissionen aus allen DECATHLON Aktivitäten: Bau und Betrieb unserer Standorte, Transport unserer Produkte, Fahrten von Mitarbeiter:innen und Kund:innen, Produkttransport (Rohstoffgewinnung, Produktion, Verwendung und Lebensdauer).*

KREISLAUFWIRTSCHAFT

Unsere Herausforderungen bei der Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft liegen beim Produktangebot (Rohstoffe, Ecodesign), der Anpassung an verändertes Verbraucherverhalten (Reparatur, Secondhand, Vermietung) und dem Entsorgungsmanagement.

2. PLANET: UMWELTSCHUTZ

ZIELE BIS 2026

**Tier-1-Lieferant (Direktlieferant): Ein Lieferant, der mit einem Unternehmen der DECATHLON Gruppe einen Fertigungsvertrag über die Produktion oder Montage von Endprodukten oder teilweise fertigen Produkten oder einen Kaufvertrag über die Bereitstellung von Rohmaterialien oder Komponenten abgeschlossen hat. Er erhält Bestellungen direkt von diesem Unternehmen und rechnet diese auch mit ihm ab.*

***Tier-2-Lieferant (Sublieferant): Ein Lieferant, der durch direkte Handelsbeziehungen mit einem Tier-1-Lieferanten zur Wertschöpfungskette der DECATHLON Produkte beiträgt und Bestellungen und Rechnungen mit diesem abwickelt. Die DECATHLON Gruppe behält sich ein Mitspracherecht bei der Auswahl oder Zulassung dieser Tier-2-Lieferanten vor, ohne jedoch in die Handels- und Rechtsbeziehungen zwischen Tier-1- und Tier-2-Lieferanten einzugreifen.*

1. EINDÄMMUNG DES KLIMAWANDELS UND SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT

HERAUSFORDERUNG	STRATEGIE	ENGAGEMENTS 2026
KLIMAWANDEL	▸ Wir wollen einen wesentlichen Beitrag zum Erreichen der weltweiten Klimaneutralität bis 2050 leisten. Bis 2030 besteht dieser in der Reduzierung unserer eigenen Emissionen und zusätzlich in der Reduzierung der Emissionen anderer sowie in der Speicherung von Kohlendioxyd entsprechend der Menge unserer Restemissionen in allen unseren Scopes.	**40 %** Reduzierung der THG-Emissionen zwischen 2016 und 2026
IN UNSEREN FILIALEN UND LOGISTIK-ZENTREN	▸ Wir reduzieren die gesamten CO_2e-Emissionen der Scopes 1 und 2 (Energieverbrauch und Verlust von klimatisierter Luft).	**75 %** Reduzierung der THG-Emissionen in den Scopes 1 und 2 (SCIENCE BASED TARGETS)
	▸ Wir verpflichten uns zum Verbrauch und ggf. zur Erzeugung erneuerbarer Energie an allen unseren Standorten.	**100 %** Strom aus erneuerbaren Quellen bis 2026 (RE 100)
BEI UNSEREN LIEFERANTEN	▸ Wir arbeiten mit unseren Hauptlieferanten zusammen, damit diese ihre CO_2e-Emissionen selbst überwachen können.	**90 %** unseres Einkaufsvolumens stammt von Lieferanten, die ihre CO_2-Emissionen eigenständig messen.
	▸ Wir ermutigen unsere Hauptlieferanten, eigene wissenschaftlich fundierte Pläne festzulegen, um ihre CO_2e-Emissionen bis Ende 2024 zu reduzieren.	**90 %** unserer Lieferanten (gemessen am Einkaufsvolumen) haben sich Ziele zur Reduzierung ihrer CO_2e-Emissionen anhand der SBT-Kriterien gesetzt. (SCIENCE BASED TARGETS)
	▸ Wir ermutigen unsere Partner, bis 2026 ausschließlich Strom aus erneuerbaren Quellen zu nutzen.	**90 %** unseres Einkaufsvolumens stammt von Lieferanten, die ausschließlich Elektrizität aus erneuerbaren Quellen nutzen. (SCIENCE BASED TARGETS)
	▸ Wir unterstützen unsere Lieferanten bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Optimierung ihrer Energieeffizienz.	**90 %** unseres Einkaufsvolumens stammt von Lieferanten, die ein Energieeffizienz-Projekt umsetzen.
	▸ Wir stellen bis 2025 die Nutzung von Kohle an den Standorten unserer Tier-1-Lieferanten ein, und erneuern bei unseren Tier-2-Lieferanten alle Anlagen, die Kohle verbrennen.	**0%** Keine Nutzung von Kohle bei unseren Tier-1-Lieferanten (Global Climate Action United Nations Climate Change)
TRANSPORT	▸ Wir reduzieren die Auswirkungen des internationalen Transports unserer Produkte, indem wir den Luftverkehr auf das erforderliche Minimum beschränken.	**<1 %** unserer Produkte wird per Flugzeug transportiert.
BIODIVERSITÄT	▸ Wir setzen in unserer Wertschöpfungsketten Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität um, die auf unterschiedlichen bewährten Methoden beruhen, und arbeiten mit verschiedenen Kooperationsinitiativen zusammen, um Best Practices und Handlungsprioritäten festzulegen.	
	▸ Unsere neuen französischen Standorte haben einen positiven Einfluss auf die lokale Biodiversität.	**100 %** unserer neuen französischen Filialen im eigenen Immobilienbestand tragen das Umweltlabel „Signature Biodiversité®“
	▸ Unser Immobilienbestand in Frankreich folgt einem lokalen Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung der Biodiversität.	**10 %** unseres Immobilienbestands in Frankreich folgt dem Ansatz „Nature First“.

2. PLANET: UMWELTSCHUTZ

2. KREISLAUFWIRTSCHAFT

2.1 NACHHALTIGES PRODUKTANGEBOT

HERAUSFORDERUNG	STRATEGIE	ZIELE BIS 2026
VERANTWORTUNGSVOLLE MATERIALIEN UND INDUSTRIEPROZESSE	▸ Wir reduzieren die Umweltbelastung unserer Produkte durch Nutzung von Rohstoffen aus verantwortungsvollen Bezugsquellen.	**100 %** Seit Ende 2020 stammt unserer Baumwolle zu 100 % aus nachhaltigen Quellen (recycelte Baumwolle, Better Cotton Initiative, Bio-Baumwolle).
		100 % Polyester aus nachhaltigen Quellen (Recycling, Dope-Dyed-Verfahren etc.)
		95 % unseres Verpackungsmaterials stammt aus zertifizierten nachhaltigen Quellen.* **FSC- oder PEFCs-zertifizierter Zellstoff*
		Andere Materialien: Wir haben die wichtigsten Risiken der in unserer Lieferkette verwendeten Materialien für Mensch und Umwelt ermittelt, um unsere Ziele entsprechend zu strukturieren.
ECODESIGN	▸ Unsere Produkte sind für den größten Teil unserer Umweltauswirkungen verantwortlich. Aus diesem Grund verfolgen wir den Ecodesign-Ansatz.	**100 %** unserer Produkte folgen dem Ecodesign-Ansatz
INDUSTRIELLE UND TERRITORIALE ÖKOLOGIE BEI UNSEREN LIEFERANTEN	▸ Wir verbessern die Umweltleistung der Industriestandorte unserer Lieferanten, indem wir sie bei der kontinuierlichen Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen entsprechend ihrer Risiken unterstützen.	**90 %** unserer betroffenen Tier-1* und Tier-2*-Lieferanten wurden in unseren Audits mit A, B oder C bewertet.
2.2 EINSATZ FÜR VERANTWORTUNGSVOLLEN		
TEAMMATES NUTZEN SANFTE MOBILITÄT	▸ Wir wenden in den verschiedenen Ländern und Städten Best Practices für Ökomobilität an, um die Umweltauswirkungen des Pendelverkehrs unserer Mitarbeiter:innen zu reduzieren.	
WIEDERVERWENDUNG UNSERER PRODUKTE		
REPARATUR	▸ Wir erhöhen die Anzahl unserer reparierbaren Produkte und bieten spezielle Reparaturleistungen an.	**30 %** der Produkte in unserem Sortiment sind reparierbar.
		100 % unserer reparierbaren Produkte werden an unseren Servicepoints oder von unseren Kund:innen selbst repariert.
SECOND USE	▸ Wir bieten das ganze Jahr über gut erhaltene Secondhand-Produkte an, die wir eingehend geprüft haben.	**100 %** unserer Länder bieten gebrauchte Sportartikel an.
MIETE/ LEASING	▸ Wir entwickeln Leasing- und Mietmodelle, um die Erwartungen zu erfüllen, die durch neue Konsumgewohnheiten entstehen.	
KOMMUNIKATION - SENSIBILISIERUNG		
KOMMUNIKATION AUF UNSEREN PRODUKTEN	▸ Wir geben die Umweltleistung der DECATHLON Produkte transparent an, um einen verantwortungsvollen Konsum zu fördern.	**100 %** unserer Produkte sind bis 2026 mit einem Umweltlabel versehen.
EVENTS ZUR SENSIBILISIERUNG	▸ Wir organisieren Veranstaltungen für unsere Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Nachbar:innen, um das Bewusstsein für die Erhaltung unseres globalen Spielfelds zu schärfen (Eco-Hikes, World Cleanup Day ...).	Durchschnittlich ein Event im Jahr pro Standort
2.3 MÜLLREDUZIERUNG UND RECYCLING		
PLASTIK	▸ Wir setzen uns für die Abschaffung von Einwegplastik in unserer Wertschöpfungskette ein.	**0** Einwegkunststoffe (ausgenommen Lebensmittel, Kosmetika und Produkte, die per Gesetz oder zur Gewährleistung ihrer technischen Qualität geschützt werden müssen)
	▸ Wir beteiligen uns an der Multi-Stakeholder-Initiative „Plastik Leak“, um die Ursachen für Verschmutzung durch Plastik und Mikroplastik in unserer Wertschöpfungskette zu ermitteln.	Entwicklung methodischer Richtlinien und Messindikatoren
ÜBERBESTÄNDE	▸ Durch optimiertes Management unserer Produktionsprognosen reduzieren wir den Bestand an überschüssigen Komponenten und Fertigprodukten in unserer Lieferkette. Wir versuchen auch, diesen Überbestand durch Spenden oder Recycling wiederzuverwenden.	**0** weggeworfene/verbrannte Komponenten oder Fertigprodukte bis 2026
RECYCLING	▸ Wir richten Recyclingkanäle für die verschiedenen Arten unserer Produkte ein und unterstützen F&E-Projekte, die uns beim Recycling unserer Rohstoffe helfen.	**80 %** unserer Produkte haben einen Recyclingkanal
		Kartierung der existierenden und potenziell möglichen Recyclingsysteme in unseren anderen Vertriebsländern
ABFALL	▸ An allen unseren Standorten (Filialen und Logistikzentren) wird Abfall sortiert und verwertet.	**100 %** aller Abfälle verwertet

3 PERFORMANCE: NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG

HERAUSFORDERUNGEN

CORPORATE GOVERNANCE

INTEGRATION VON MENSCHLICHEN, ÖKOLOGISCHEN UND FINANZIELLEN LEISTUNGSINDIKATOREN IN UNSERE WERTMESSUNG

GESCHÄFTSETHIK

IN EINEM OFFENEN ÖKOSYSTEM DEN DIALOG SUCHEN UND VERBINDUNGEN KNÜPFEN

SICH VERÄNDERN UM GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN **DURCH SPORT ZU ERMÖGLICHEN**

3. NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG

UNSERE HERAUSFORDERUNGEN

CORPORATE GOVERNANCE

Unsere Unternehmensführung stellt sicher, dass Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung von unseren Aktionär:innen, Aufsichtsratsmitgliedern, den Vorsitzenden verschiedener Ausschüsse und Entscheidungsträger:innen berücksichtigt werden. Unsere Mitarbeiter:innen tragen Verantwortung für ihr tägliches Handeln.

INTEGRATION VON MENSCHLICHEN, ÖKOLOGISCHEN UND FINANZIELLEN LEISTUNGSINDIKATOREN IN UNSERE WERTMESSUNG

Wir integrieren nichtfinanzielle Leistungskriterien in die Leistungsmessinstrumente des Unternehmens, um umfassendere Einblicke zu erhalten. Wir beziehen nichtfinanzielle Leistungskriterien in die Vergütung unserer Führungspositionen und die Bewertung des Aktienwerts des Unternehmens ein. Wir integrieren schrittweise einen internen Preis für Kohlenstoff in unsere Entscheidungsinstrumente, um die Reduzierung unserer Kohlenstoffemissionen zu fördern.

GESCHÄFTSETHIK

Verantwortungsbewusstsein bedeutet insbesondere, im wirtschaftlichen und kommerziellen Umfeld entsprechend unseren eigenen Regeln und ethischen Grundsetzen integer zu handeln. Unser Hauptaugenmerk liegt darauf, unsere Mitarbeiter:innen über die Risiken aufzuklären, die Verstöße gegen die Geschäftsethik auf lokaler und globaler Ebene bergen, und sie beim Treffen verantwortungsbewusster Entscheidungen unterstützen.

IN EINEM OFFENEN ÖKOSYSTEM DEN DIALOG SUCHEN UND VERBINDUNGEN KNÜPFEN

Wir arbeiten regional und international mit unseren Stakeholdern zusammen, um sie besser zu verstehen und ihre Erwartungen zu berücksichtigen. Wir versuchen, gemeinsam Lösungen zu entwickeln, um uns selbst zu transformieren.

3. NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG

ZIELE BIS 2026

HERAUSFORDERUNG	STRATEGIE	ZIELE BIS 2026
CORPORATE GOVERNANCE	▸ Unsere Unternehmensführung ermöglicht das Vorbringen von nachhaltigen Entwicklungsthemen bei unseren Aktionären, Aufsichtsratsmitgliedern, den Vorsitzenden verschiedener Ausschüsse und Entscheidungsträgern.	**Fachausschuss für nachhaltige Entwicklung**
INTEGRATION VON MENSCHLICHEN, ÖKOLOGISCHEN UND FINANZIELLEN LEISTUNGSINDIKATOREN IN UNSERE WERTMESSUNG	▸ Wir integrieren nichtfinanzielle Leistungskriterien in die Leistungsmessinstrumente des Unternehmens, um umfassendere Einblicke zu erhalten.	**Integration nichtfinanzieller Leistungskriterien in monatliche Fortschrittsberichte**
	▸ Wir beziehen nichtfinanzielle Leistungskriterien in die Vergütung unserer Führungspositionen und die Bewertung des Aktienwerts des Unternehmens ein.	**100 % unserer Mitarbeiter:innen werden nach nichtfinanziellen Leistungskriterien vergütet**
	▸ Wir integrieren schrittweise einen internen Preis für Kohlenstoff in unsere Entscheidungsinstrumente, um die Reduzierung unserer Kohlenstoffemissionen zu fördern.	**100 % der Entscheidungsinstrumente berechnen einen internen Preis für Kohlenstoff**
GESCHÄFTSETHIK	▸ Verantwortungsbewusstsein bedeutet insbesondere, im wirtschaftlichen und kommerziellen Umfeld entsprechend unseren eigenen Regeln und ethischen Grundsetzen integer zu handeln. Unser Hauptaugenmerk liegt darauf, unsere Mitarbeiter:innen über die Risiken aufzuklären, die Verstöße gegen die Geschäftsethik auf lokaler und globaler Ebene bergen, und sie beim Treffen verantwortungsbewusster Entscheidungen unterstützen.	**Ein Ethik- und Compliance-Leader, der in jedem Land geschult und angeleitet wird.**
		100 % der Teammates haben Zugriff auf die interne Benachrichtigungsplattform, über die sie Fragen stellen können.
		100 % der Benachrichtigungen werden bearbeitet
IN EINEM OFFENEN ÖKOSYSTEM DEN DIALOG SUCHEN UND VERBINDUNGEN KNÜPFEN	▸ Wir arbeiten regional und international mit unseren Stakeholdern zusammen, um sie besser zu verstehen und ihre Erwartungen zu berücksichtigen. Wir versuchen, gemeinsam Lösungen zu entwickeln, um uns selbst zu transformieren. Unsere Berichte dienen nicht nur dazu, unsere Fortschritte zu veröffentlichen, sondern sind auch Werkzeuge zum Erzielen von Fortschritten.	**Liste unserer Mitgliedschaften und Partnerschaften mit relevanten Stakeholdern (Organisationen, Programme und Initiativen); jährliche Veröffentlichungen (Nichtfinanzielle Erklärung, Vigilance Plan, Modern Slavery Act usw.)**

1 PEOPLE

2 PLANET

3 PERFORMANCE

ES LIEGT IN UNSERER HAND!

DECATHLON

engagements.decathlon.fr