



KLIMAWIN- BERICHT

2024

uhlsport GmbH

Bericht im Rahmen der KLIMAWIN

Inhalts- Verzeichnis



uhlsport

Kempa

1. Über uns	3
2. Die KLIMAWIN	4
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	5
4. Unsere Schwerpunktthemen	6
Leitsatz 01 – Klimaschutz	7
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	12
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	13
5. Weitere Aktivitäten	14
Klima und Umwelt	14
Soziale Verantwortung	15
Ökonomischer Erfolg und Governance	16
6. Unser KLIMAWIN-Projekt	17
7. Kontaktinformationen	20
Ansprechperson	20
Impressum	20

Über Uns



Unternehmensdarstellung

Die uhlsport GmbH ist seit dem Jahr 1948 führender Hersteller von Sportbekleidung und -ausrüstung, mit Hauptsitz und Geschäftsstelle in Balingen, Deutschland. Das Unternehmen ist bekannt für seine hochwertigen Produkte und innovative Technologie in den Branchen Fußball und Handball. Besonders in den Bereichen Torwarthandschuhen, Textil und Handballschuhe ist die uhlsport GmbH weltweit ein sehr angesehenes mittelständisches Unternehmen, mit über 250 Mitarbeiter:innen weltweit. Neben dem Balinger Hauptsitz liegt das angrenzende Europazentrallager, von dem aus die internationalen Vertriebspartner beliefert werden. Zu den Vertriebspartnern im Inland gehören E-Commerce-Händler, der stationäre Fachhandel und weitere B2B-Partner. Seit 2019 verfolgt die Marke uhlsport mit dem uhlsport Shop eine B2C-Strategie mit direktem Vertrieb an die Endkundin und den Endkunden. Als Unternehmen für Sportartikel im Fußball, Handball und Multisport hat die uhlsport GmbH drei hundertprozentige Tochtergesellschaften in Frankreich, Spanien und Skandinavien.

Auch seiner sozialen Verantwortung ist sich die uhlsport GmbH bewusst:

„Als Entwickler und Produzent von Sportartikeln versteht sich uhlsport als Teil des globalen Umweltproblems. Aus diesem Grunde möchten wir die SDGs der Vereinten Nationen als Kompass in unserem Handeln übernehmen, um uns so sozio-ökologisch stetig zu verbessern. Für unsere Mitmenschen. Für unsere Umwelt. Für unsere Produkte.“

Wir möchten stets großen Wert auf einen fairen Umgang mit unseren Mitarbeiter:innen, Lieferant:innen, Kunden:innen und allen Beteiligten der Produktions- und Lieferkette legen. Wir nehmen die Herausforderung, die Umwelt zu schützen, gewissenhaft an und machen uns auf den Weg zur Veränderung. Wir möchten unseren ökologischen Fußabdruck immer weiter reduzieren und immer nachhaltiger produzieren. (<https://uhlsport.group/verantwortung/>)“

Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

uhlsport

Kempa

Info

Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur KLIMAWIN und zu weiteren Mitgliedern finden Sie auf:



Bekanntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der KLIMAWIN bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaszutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Checkliste

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes

KLIMAWIN-Projekt:

Nachhaltigkeitsspieltag
SV Stuttgarter Kickers

Schwerpunktbereich:

- Ökologische Nachhaltigkeit
- Soziale Nachhaltigkeit

Art der Förderung:

- Finanziell
- Materiell
- Personell

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Übersicht: Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Die KLIMAWIN wurde unterzeichnet am: 28.03.2023

	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1 – Klimaschutz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 2 – Klimaanpassung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4 – Biodiversität	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5 – Produktverantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6 – Menschenrechte und Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8 – Anspruchsgruppena	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11 – Transparenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Unsere Schwerpunktt Themen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 - Klimaschutz:

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 03 - Ressourcen und Kreislaufwirtschaft:

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 05 - Produktverantwortung:

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Nachhaltigkeit ist für die uhl'sport GmbH ein essenzieller Bestandteil der Unternehmensstrategie. Als international agierendes Unternehmen im Sportartikelbereich sehen wir uns in der Verantwortung, aktiv zur Reduzierung von Umweltbelastungen beizutragen und nachhaltige Geschäftspraktiken zu fördern. Die ausgewählten Leitsätze spiegeln unsere zentralen Handlungsfelder wider und verdeutlichen unser Engagement für eine zukunftsorientierte und verantwortungsbewusste Unternehmensführung.



Leitsatz 1 – Klimaschutz

Der Klimaschutz nimmt eine zunehmend bedeutende Rolle in unserer Unternehmensstrategie ein. Wir setzen uns ambitionierte Klimaziele und legen Wert auf eine transparente Berichterstattung. Die Nutzung erneuerbarer Energien sowie die Steigerung der Energieeffizienz stehen im Fokus unserer Maßnahmen. Unser Ziel ist es, eine Vergleichbarkeit der Fortschritte zu schaffen und unseren Beitrag zur Reduktion von CO₂-Emissionen messbar zu machen.

Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen ist für uns unerlässlich. Wir optimieren kontinuierlich den Materialeinsatz in unseren Produkten und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft. Dies beinhaltet sowohl die Reduktion des Ressourcenverbrauchs als auch die Entwicklung recyclingfähiger Materialien. Unser Anspruch ist es, nachhaltige Alternativen zu fördern und langfristige Lösungen für eine ressourcenschonende Produktion zu etablieren.

Leitsatz 5 – Produktverantwortung

Unsere Verantwortung endet nicht mit der Herstellung unserer Produkte. Wir setzen uns für eine erhöhte Transparenz entlang des gesamten Wertschöpfungsprozesses ein und analysieren unsere Produkte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit. Zukünftig wollen wir mit digitalen Produktpässen noch mehr Informationen über Materialien, Herstellungsprozesse und Recyclingmöglichkeiten bereitstellen, um unseren Kunden eine bewusste Kaufentscheidung zu ermöglichen und die Nachhaltigkeit über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg sicherzustellen.

Info

Weitere Informationen und Beispiel für Maßnahmen finden Sie in den Leitsatzdossiers unter:



Leitsatz 01 – Klimaschutz

Zielsetzung

Unser Ziel ist es, durch gezielte Maßnahmen zur Reduktion unserer CO₂-Emissionen beizutragen und unsere Energieeffizienz kontinuierlich zu steigern. Wir wollen eine transparente Berichterstattung über unsere Klimaschutzaktivitäten gewährleisten und eine Vergleichbarkeit der Fortschritte ermöglichen. Hierzu setzen wir auf erneuerbare Energien, eine Optimierung unseres Energieverbrauchs und eine detaillierte Erfassung unserer Treibhausgasemissionen.

Ergriffene Maßnahmen

- Durchführung eines Energieaudits im Jahr 2024 zur Identifikation von Optimierungspotenzialen
- Berechnung und Schätzung der Treibhausgasemissionen in den Scopes 1 bis 3 mithilfe des „Carbon Estimator“ Tools von EcoVadis
- Identifikation von Einsparpotenzialen und Effizienzsteigerungen in den Bereichen Energie, Mobilität und Produktion

Ergebnisse und Entwicklungen

Durch das Energieaudit konnten konkrete Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs identifiziert werden. Die Berechnung der Scopes 1 bis 3 bietet eine fundierte Grundlage für die zukünftige Steuerung unserer Klimaschutzmaßnahmen. Erste Analysen zeigen Potenziale zur Effizienzsteigerung, insbesondere in der Produktionskette und im Energieeinsatz unserer Standorte. Dennoch bestehen weiterhin Herausforderungen, insbesondere bei der Umstellung auf erneuerbare

Energien und der Reduzierung der indirekten Emissionen.

Indikatoren

Indikator 1: Energieverbrauch stationär (Scope 1)

- Kennzahl/Ergebnis: 140,59 t CO₂e
- Zielsetzung bis 2028: Reduzierung um 20%
- Entwicklung/Vergleich zum Basisjahr: Reduzierung um 8,49 t CO₂e

Indikator 2: Mobile Verbrennung (Scope 1)

- Kennzahl/Ergebnis: 185,82 t CO₂e
- Zielsetzung bis 2028: Reduzierung um 20%
- Entwicklung/Vergleich zum Basisjahr: +5,96 t CO₂e

Indikator 3: Gesamte Brutto Scope 2-Treibhausgasemissionen

- Kennzahl/Ergebnis: 128,18 t CO₂e
- Zielsetzung bis 2028: Reduzierung um 20%
- Entwicklung/Vergleich zum Basisjahr: -8,46 t CO₂e

Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1 und 2 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Info

Die angegebenen Werte der Scope 1 bis 3 Treibhausgasemissionen basieren sowohl auf exakten Daten als auch auf Schätzungen und Annahmen. Daher stellen sie keine exakte Berechnung dar, sondern eine bestmögliche Annäherung auf Basis der verfügbaren Informationen.

Daten für das Jahr 2023:

Emissions-kategorie	Emissionsquelle	Emission (tCO ₂ e)
Scope 1	Gesamte brutto Scope-1-Treibhausgasemissionen Stationäre Verbrennung	149,0784
	Gesamte brutto Scope-1-Treibhausgasemissionen Mobile Verbrennung	179,8568
Gesamte brutto Scope-1-Treibhausgasemissionen		328,9352
Scope 2	Gesamte brutto Scope-2-Treibhausgasemissionen (standortbezogen)	136,6350
	Gesamte brutto Scope-2-Treibhausgasemissionen (marktbezogen)	136,6350
Gesamte brutto Scope-2-Treibhausgasemissionen (markt- oder standortbezogen)		136,6350
Scope 3	Gesamte vorgelagerte brutto Scope-3-Treibhausgasemissionen	22.252,4547
	Scope 3: 1 – Eingekaufte Waren und Dienstleistungen	17.831,9156
	Scope 3: 2 – Investitionsgüter	2.347,7976
	Scope 3: 3 – Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	109,0529
	Scope 3: 4 – Vorgelagerter Transport und Vertrieb	1.406,6022
	Scope 3: 5 – Bei der Geschäftstätigkeit erzeugter Abfall	175,7519
	Scope 3: 6 – Geschäftsreisen	165,8504
	Scope 3: 7 – Pendelnde Mitarbeiter*innen	145,9206
	Scope 3: 8 – Vorgelagerte gemietete oder geleaste Sachanlagen	69,5636
	Gesamte nachgelagerte brutto Scope-3-Treibhausgasemissionen	1.589,9042
	Scope 3: 9 – Nachgelagerter Transport	1.493,0162
	Scope 3: 10 – Verarbeitung verkaufter Produkte	Für das Unternehmen nicht relevant
	Scope 3: 11 – Verwendung verkaufter Produkte	Für das Unternehmen nicht relevant
	Scope 3: 12 – Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende	Für das Unternehmen nicht relevant
	Scope 3: 13 – Nachgelagerte gemietete oder geleaste Sachanlagen	Für das Unternehmen nicht relevant
Scope 3: 14 – Franchises	96,8880	
Scope 3: 15 – Investitionen	Für das Unternehmen nicht relevant	
Scope 3 insgesamt		23.842,3589
Summe der Treibhausgasemissionen (standortbez.)		24.307,9292
Summe der Treibhausgasemissionen (marktbez.)		24.307,9292
Summe der Treibhausgasemissionen		24.307,9292

Info

Die angegebenen Werte der Scope 1 bis 3 Treibhausgasemissionen basieren sowohl auf exakten Daten als auch auf Schätzungen und Annahmen. Daher stellen sie keine exakte Berechnung dar, sondern eine bestmögliche Annäherung auf Basis der verfügbaren Informationen.

Daten für das Jahr 2024:

Emissions-kategorie	Emissionsquelle	Emission (tCO ₂ e)
Scope 1	Gesamte brutto Scope-1-Treibhausgasemissionen Stationäre Verbrennung	140,5899
	Gesamte brutto Scope-1-Treibhausgasemissionen Mobile Verbrennung	185,8227
Gesamte brutto Scope-1-Treibhausgasemissionen		326,4126
Scope 2	Gesamte brutto Scope-2-Treibhausgasemissionen (standortbezogen)	128,1760
	Gesamte brutto Scope-2-Treibhausgasemissionen (marktbezogen)	128,1760
Gesamte brutto Scope-2-Treibhausgasemissionen (markt- oder standortbezogen)		128,1760
Scope 3	Gesamte vorgelagerte brutto Scope-3-Treibhausgasemissionen	23.185,3967
	Scope 3: 1 – Eingekaufte Waren und Dienstleistungen	18.619,5683
	Scope 3: 2 – Investitionsgüter	2.451,5020
	Scope 3: 3 – Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	106,7324
	Scope 3: 4 – Vorgelagerter Transport und Vertrieb	1.468,7332
	Scope 3: 5 – Bei der Geschäftstätigkeit erzeugter Abfall	183,5150
	Scope 3: 6 – Geschäftsreisen	173,1761
	Scope 3: 7 – Pendelnde Mitarbeiter*innen	140,2505
	Scope 3: 8 – Vorgelagerte gemietete oder geleaste Sachanlagen	41,9193
	Gesamte nachgelagerte brutto Scope-3-Treibhausgasemissionen	1.660,1318
	Scope 3: 9 – Nachgelagerter Transport	1.558,9641
	Scope 3: 10 – Verarbeitung verkaufter Produkte	Für das Unternehmen nicht relevant
	Scope 3: 11 – Verwendung verkaufter Produkte	Für das Unternehmen nicht relevant
	Scope 3: 12 – Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende	Für das Unternehmen nicht relevant
	Scope 3: 13 – Nachgelagerte gemietete oder geleaste Sachanlagen	Für das Unternehmen nicht relevant
Scope 3: 14 – Franchises	101,1677	
Scope 3: 15 – Investitionen	Für das Unternehmen nicht relevant	
Scope 3 insgesamt		24.845,5285
Summe der Treibhausgasemissionen (standortbez.)		25.300,1171
Summe der Treibhausgasemissionen (marktbez.)		25.300,1171
Summe der Treibhausgasemissionen		25.300,1171

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2023	Aktuelles Geschäftsjahr 2024	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreicherung		
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	THG-Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e	Zieljahr	Reduktions-ziel in t CO ₂ e oder %	Ziel-erreicherung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	328,94	326,41	-2,53	2028	263 t CO ₂ e	-20%
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	136,64	128,18	-8,46	2028	109 t CO ₂ e	-20%
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	Geschätzt: 23.843	Geschätzt: 24.845	+1.002	2028	19.000 tCO ₂ e	-20%

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Im Rahmen unserer Klimaschutzstrategie haben wir eine umfassende Treibhausgasbilanz (THG-Bilanz) erstellt, um die Emissionsquellen in unserem Unternehmen zu identifizieren und gezielt Reduktionsmaßnahmen abzuleiten. Dabei wurden die Emissionen in die drei Kategorien Scope 1, Scope 2 und Scope 3 unterteilt.

Für das Basisjahr 2023 ergab die THG-Bilanz folgende Werte:

- Scope 1 (direkte Emissionen aus stationärer und mobiler Verbrennung): 328,94 t CO₂e
- Scope 2 (indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie): 136,64 t CO₂e
- Scope 3 (indirekte Emissionen aus vor- und nachgelagerten Prozessen): 23.842,36 t CO₂e
- Gesamtemissionen (standort- und marktbezogen): 24.307,93 t CO₂e

Besonders hervorzuheben ist der hohe Anteil der Scope-3-Emissionen, die mit über 98 % den größten Teil der Gesamtemissionen ausmachen. Innerhalb von Scope 3 entfällt der größte Anteil auf eingekaufte Waren und Dienstleistungen (17.831,92 t CO₂e), gefolgt von Investitionsgütern (2.347,80 t CO₂e) und vor- sowie nachgelagertem Transport (insgesamt ca. 2.900 t CO₂e).

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir 2024 ein Energieaudit durchgeführt und mithilfe des Tools EcoVadis die Scopes 1 bis 3 detailliert berechnet bzw. geschätzt. Basierend auf diesen Erkenntnissen haben wir eine Reduktionsstrategie entwickelt. Unser Ziel ist es, die THG-Emissionen bis 2028 um 20 % in allen drei Scopes zu reduzieren.

Klimaschutzstrategie und Management:

Unsere Klimaschutzstrategie basiert auf den Prinzipien Vermeidung, Reduktion und Substitution von Emissionen. Die wichtigsten Handlungsfelder sind:

- **Energieeffizienz:** Optimierung des Energieverbrauchs und Senkung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen durch nachhaltige Energiequellen.
- **Nachhaltige Beschaffung:** Reduktion der Scope-3-Emissionen durch die Auswahl klimafreundlicherer Lieferanten und Materialien.
- **Optimierung der Transportwege:** Verringerung der Emissionen aus Logistik und Mobilität durch effizientere Routenplanung und alternative Transportmethoden.

Durch regelmäßige Fortschrittskontrollen und angepasste Maßnahmen stellen wir sicher, dass unsere Klimaziele erreicht werden.

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Zielsetzung

Unser Ziel ist es, die Treibhausgasemissionen (THG) kontinuierlich zu reduzieren und langfristig klimaneutral zu wirtschaften. Dabei fokussieren wir uns auf die Minimierung von Emissionen in den Scopes 1, 2 und 3. Durch gezielte Maßnahmen in den Bereichen Energieeffizienz, nachhaltige Mobilität und ressourcenschonende Produktion wollen wir unsere CO₂-Bilanz signifikant senken. Unser konkretes Reduktionsziel bis 2028 beträgt -20 % der gesamten Emissionen im Vergleich zum Basisjahr 2023.

Ergriffene Maßnahmen

- Energieaudit (2024) zur Identifizierung von Einsparpotenzialen
- Berechnung der Scopes 1-3 mithilfe des „Carbon Estimator“ Tools von EcoVadis
- Umstellung auf energieeffiziente Beleuchtungssysteme
- Optimierung der Wärmeerzeugung durch effizientere Heizsysteme
- Förderung von elektrischer Mobilität für Mitarbeitende und Geschäftsreisen
- Reduzierung des Papierverbrauchs durch verstärkte Digitalisierung
- Einführung von Richtlinien für nachhaltige Beschaffung

Ergebnisse und Entwicklungen

Qualitative Dokumentation:

Unsere Maßnahmen zeigen erste Erfolge. Durch das durchgeführte Energieaudit konnten gezielte Effizienzsteigerungen in den Bereichen Strom- und Wärmenutzung umgesetzt werden. Zudem wurde eine umfassende THG-Bilanzierung durchgeführt, um zukünftige Einsparpotenziale systematisch anzugehen.

Herausforderungen bestehen weiterhin in der Reduktion der Scope-3-Emissionen, insbesondere im Bereich der eingekauften Waren und Dienstleistungen. Hier erarbeiten wir aktuell weitere Strategien zur nachhaltigen Lieferkettengestaltung.

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Unsere THG-Bilanz zeigt, dass der größte Anteil der Emissionen aus Scope 3 stammt (ca. 98 % der Gesamtemissionen). Die wesentlichen Emissionsquellen sind eingekaufte Waren und Dienstleistungen sowie Transport.

Klimaschutzstrategie:

Unsere Strategie setzt auf Emissionsvermeidung, Reduktion und – als letzte Option – Kompensation. Dabei priorisieren wir Energieeffizienzmaßnahmen, nachhaltige Beschaffung und den Ausbau erneuerbarer Energien.

THG-Bilanz – Zielerreichung

Unser Ziel ist eine Reduktion um 20 % bis 2028. Dies entspricht:

- Scope 1: von 326,1 t CO₂e auf 263 t CO₂e
- Scope 2: von 128,18 t CO₂e auf 109 t CO₂e
- Scope 3: von 25.845 t CO₂e auf 19.000 t CO₂e

Aktuell zeigen sich bereits Fortschritte bei Scope 1 und 2, während die Emissionen in Scope 3 gestiegen sind. Hier setzen wir verstärkt auf nachhaltige Lieferkettenmaßnahmen.

THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

Durchgeführte Maßnahmen nach Scopes:

Scope 1:

- Optimierung der Heizsysteme
- Umstellung auf energieeffiziente Anlagentechnik (Druckluftkompressor)

Ergebnisse & nächste Schritte:

- Scope 1 & 2: Erste Reduktionen sichtbar, weitere Optimierungen in Planung
- Scope 3: Maßnahmen in Umsetzung, Reduktionen ab 2025 erwartet

Zusammenfassung der Zielerreichung:

- Reduktionsziel: -20 % der Emissionen bis 2028
- Zwischenergebnis 2024: Erste Fortschritte in Scope 1 und 2, Handlungsbedarf bei Scope 3
- Nächste Schritte: Weiterentwicklung nachhaltiger Lieferketten und Ausbau erneuerbarer Energien

Ausblick

Wir werden weiterhin verstärkt auf Kreislaufwirtschaftsmaßnahmen setzen und bestehende Initiativen ausbauen. Besonders im Fokus stehen dabei die weitere Reduzierung von Einwegmaterialien und die Optimierung der Lieferkette hinsichtlich nachhaltiger Rohstoffe.

Geplante Aktivitäten:

- Intensivierung der Zusammenarbeit mit Lieferanten für nachhaltigere Verpackungslösungen
- Weitere Sensibilisierung der Mitarbeitenden durch gezielte Trainings und Workshops

Unser Ziel:

Bis 2028 möchten wir den Anteil nachhaltiger Materialien auf 100% erhöhen.

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Zielsetzung

Unser Unternehmen verfolgt das Ziel, den Ressourcenverbrauch zu minimieren und nachhaltige Kreislaufprozesse zu etablieren. Dazu setzen wir auf ressourcenschonende Materialien, eine optimierte Nutzung von Rohstoffen und eine konsequente Abfallvermeidung. Ein zentraler Fokus liegt auf der Reduktion von Verpackungsmaterialien, der Verlängerung der Produktlebenszyklen und der Förderung von Recyclingprozessen.

Unser langfristiges Ziel ist es, den Anteil recycelter oder wiederverwendbarer Materialien in unseren Produkten und Prozessen sukzessive zu erhöhen.

Ergriffene Maßnahmen

- Optimierung der Materialbeschaffung: Einführung von Lieferantenkriterien zur Förderung nachhaltiger Rohstoffe und recycelbarer Verpackungen.
- Reduzierung von Verpackungen: Umstellung auf ressourcenschonendere Verpackungen
- Sensibilisierung der Mitarbeitenden: Schulungen zur ressourcenschonenden Arbeitsweise und Einführung eines Ideenmanagements zur Materialeinsparung.
- Energieeffiziente Produktionsprozesse: Investition in moderne Technologien zur Reduzierung von Energie- und Wasserverbrauch.

Ergebnisse und Entwicklungen

Im Berichtszeitraum konnten wir Fortschritte bei der Reduktion des Ressourcenverbrauchs verzeichnen. Die Optimierung der Produktverpackungen hat dazu geführt, dass bereits mehr als 50 % unserer verkauften Produkte aus recyceltem Verpackungsmaterial verpackt sind.

Herausforderungen bestehen weiterhin in der vollständigen Umstellung auf nachhaltige Lieferketten, insbesondere bei bestimmten Rohstoffen, für die aktuell noch keine gleichwertigen Alternativen verfügbar sind. Hier arbeiten wir mit unseren Zulieferern an Lösungen.

Indikatoren

Indikator 1: Anteil recyclingfähiger Verpackungen

- **Ergebnis:** 50%
- **Zielsetzung:** Steigerung auf 65% bis 2028
- **Entwicklung:** Kontinuierliche Erhöhung durch bewussten Einsatz von Verpackungsmaterial, das aus recyceltem Material besteht (Papier/Karton oder Polybags)

Indikator 2: Quote an Textilien aus nachhaltigeren Materialien

- **Ergebnis:** 76,5% bei uhlsport (Vorjahr 2023: 56,5%) und 61,9% bei Kempa (Vorjahr 2023: 42,6%)
- **Zielsetzung:** 100 % bis 2028 bei beiden Marken
- **Entwicklung:** Fortschritt durch kontinuierlichen Einsatz von Bio-Baumwolle oder recyceltem Polyester bei allen Neuprodukten

Ziel

Unser Ziel: Bis 2028 sollen alle unsere Textilprodukte auf Bio-Baumwolle und/oder recyceltes Polyester umgestellt sein. Zudem prüfen wir die Einführung des Siegels „Grüner Knopf“.

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

Zielsetzung

Unsere Zielsetzung ist es, den gesamten Lebenszyklus unserer Produkte und Dienstleistungen nachhaltiger zu gestalten. Dies umfasst eine detaillierte Analyse unserer Wertschöpfungskette, um Potenziale zur Ressourcenschonung und Emissionsreduktion zu identifizieren.

Wir streben insbesondere folgende Veränderungen an:

- **Reduktion des CO₂-Fußabdrucks** unserer Produkte durch nachhaltigere Materialien und effizientere Prozesse.
- **Erhöhung der Recycling- und Wiederverwertungsquote** in der Produktion und Nutzung unserer Produkte.
- **Transparenz für unsere Kunden und Partner** durch Kennzeichnung von nachhaltigen Produkten und Veröffentlichung relevanter Daten.
- **Förderung von Kreislaufwirtschaftsmodellen**, um die Nutzung von Ressourcen zu optimieren.

Ergriffene Maßnahmen

- **Analyse der Wertschöpfungskette:** Analyse bestehender Lieferanten auf die Möglichkeit, die Produktion auf Bio-Baumwolle und recycelten Polyester umzustellen.
- **Einsatz nachhaltiger Materialien:** Einführung recycelter und umweltfreundlicher Rohstoffe bei unseren Produkten.
- **Optimierung der Lieferkette:** Zusammenarbeit mit nachhaltigen Lieferanten
- **Lebenszyklusverlängerung:** Entwicklung von Konzepten zur besseren Wiederverwendbarkeit unserer Produkte.
- **Nachhaltige Verpackung:** Reduktion von Kunststoffverpackungen und Einsatz biologisch abbaubarer Alternativen.

Ergebnisse und Entwicklungen

Im Berichtszeitraum haben wir wesentliche Fortschritte in der nachhaltigen Gestaltung unserer Produkte erzielt:

- **Die CO₂-Emissionen unserer Produkte** soll in den nächsten 1-2 Jahren erfasst werden, um die Entwicklung besser nachverfolgen zu können.
- **Die Quote an nachhaltigeren Materialien wurde bei uhlsport auf 76,5% und bei Kempa auf 61,9% erhöht**, was auf die verstärkte Nutzung biobasierter Baumwolle und recyceltem Polyester zurückzuführen ist.
- **Die Transparenz gegenüber Kunden wurde beibehalten**, indem wir die eigene „for the planet“ Umweltkennzeichnungen beibehalten.

Herausforderungen bestehen weiterhin in der vollständigen Umstellung auf nachhaltige Lieferketten und in der Skalierung von Kreislaufwirtschaftsmodellen.

Indikatoren

Indikator 1: Recyclinganteil in Produkten

- **Ergebnis:** Erhöhung auf 76,5% (uhlsport) und 61,9% (Kempa)
- **Zielsetzung:** Steigerung auf 100% bis 2028 (beide Marken)
- **Entwicklung:** Verbesserte Materialauswahl

Ausblick

Wir halten an diesem Schwerpunktthema fest, da eine nachhaltige Produktverantwortung zentral für unsere Unternehmensstrategie ist. Für das kommende Berichtsjahr fokussieren wir uns auf folgende Maßnahmen:

- **Weiterentwicklung nachhaltiger Produktdesigns**, um die Umweltbelastung weiter zu senken.
- **Beibehaltung und Erweiterung unserer Lieferantenaudits**, um Nachhaltigkeitsstandards konsequenter umzusetzen.
- **Implementierung eines Rücknahme- und Recyclingprogramms** für ausgewählte Produktgruppen.

Klima & Umwelt

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

Ziele:

- Identifikation klimabezogener Risiken für Unternehmensstandorte und Wertschöpfungskette.
- Entwicklung von Strategien zur Reduktion klimawandelbedingter Auswirkungen auf den Betrieb.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Durchführung einer Risikoanalyse für klimatische Extremereignisse (Wesentlichkeitsanalyse).
- Umsetzung präventiver Maßnahmen.
- Sensibilisierung der Mitarbeitenden für klimabezogene Risiken.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Energieaudit abgeschlossen, Prioritäten für Anpassungsmaßnahmen identifiziert.
- Wesentlichkeitsanalyse ist für 2025 geplant.

Ausblick:

- Erweiterung der Klimaanpassungsstrategie und Integration in das betriebliche Risikomanagement.
- Entwicklung langfristiger Maßnahmen zur Standort Resilienz.

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Ziele:

- Optimierung des Materialeinsatzes und Reduktion von Abfällen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Verbesserung des internen Recyclingprogramms.
- Zusammenarbeit mit Lieferanten zur Nutzung nachhaltiger Materialien.
- Reduktion von Verpackungsmaterialien und vermehrter Einsatz biologisch abbaubarer Alternativen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Prüfung einer Einführung wiederverwendbarer Verpackungslösungen.

Ausblick:

- Weiterer Ausbau des internen Ressourcenmanagements zur Abfallvermeidung.

Leitsatz 04 – Biodiversität

Ziele:

- Erhalt und Förderung der Biodiversität an Unternehmensstandorten.
- Unterstützung externer Naturschutzprojekte.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Anlage von Blühwiesen und Bienenweiden an Unternehmensstandorten.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Einholung von Angeboten für den Aufbau von Bienenstöcken am Hauptstandort.

Ausblick:

- Ausbau der Maßnahmen zur Förderung von Artenvielfalt.

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

Ziele:

- Sicherstellung fairer Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette.
- Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen durch strengere Kontrollmechanismen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung eines Lieferantenkodex für soziale und ökologische Standards.
- Durchführung von BSCI-Audits bei relevanten Zulieferern.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Überprüfung aller Lieferanten auf Einhaltung sozialer Standards.
- Verbesserte Transparenz in der Lieferkette durch verstärkten Dialog mit Partnern.

Ausblick:

- Weiterer Ausbau der Audits und Schulungsmaßnahmen für Lieferanten.
- Entwicklung eines internen Systems zur Meldung von Verstößen.

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

Ziele:

- Förderung eines gesunden und sicheren Arbeitsumfeldes.
- Erhöhung der Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeitenden.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Implementierung eines Gesundheitsförderungsprogramms.
- Flexible Arbeitszeitmodelle zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Beibehaltung der krankheitsbedingten Fehlzeiten unter 7% mit einem Wert von 5,6% im Jahr 2024 (2023: 4,5%).

Ausblick:

- Weiterentwicklung der betrieblichen Gesundheitsförderung.
- Einführung weiterer Maßnahmen zur Work-Life-Balance.

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

Ziele:

- Intensivierung des Dialogs mit Kunden, Lieferanten und anderen Stakeholdern.
- Erhöhung der Transparenz über unternehmerische Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einrichtung eines Beschwerdemechanismus für interne und externe Anspruchsgruppen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Einführung einer Online-Plattform für Beschwerden
- Erhöhung der externen Beteiligung an Nachhaltigkeitsinitiativen.

Ausblick:

- Ausbau des Dialogs und stärkere Einbindung der Anspruchsgruppen in Entscheidungsprozesse.



Ökonomischer Erfolg & Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Ziele:

- Nachhaltige wirtschaftliche Stabilität sichern.
- Schaffung zukunftsfähiger Arbeitsplätze.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Schaffung neuer Arbeitsplätze in zukunftsfähigen Bereichen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Aufbau eines Nachhaltigkeitskreises im Unternehmen.

Ausblick:

- Weitere Investitionen in nachhaltige Geschäftsfelder.
- Investition in Workshops und Weiterbildungsangeboten für Mitarbeitende.

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

Ziele:

- Stärkung der regionalen Wirtschaft und lokaler Partnerschaften.
- Förderung regionaler Beschaffung.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Kooperationen mit lokalen Unternehmen, Vereinen und Institutionen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Vermehrte Unterstützung regionaler Vereine und Partner.

Ausblick:

- Weitere Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten.

Leitsatz 11 – Transparenz

Ziele:

- Offenlegung relevanter Nachhaltigkeitsdaten.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Veröffentlichung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts.
- Einführung eines internen Transparenzportals.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Steigerung der internen und externen Kommunikation.

Ausblick:

- Ausbau der Transparenzmaßnahmen und weitere Optimierung der Berichterstattung.

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

Ziele:

- Förderung nachhaltiger Innovationen im Unternehmen.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung interner Innovationsprogramme.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Neue Produktgruppen auf den Einsatz von umweltgerechteren Materialien überprüfen.

Ausblick:

- Weiterer Ausbau der Innovationsförderung für nachhaltige Lösungen.

Info

Weitere Informationen zum KLIMAWIN-Projekt finden Sie unter:



Unser KLIMAWIN-Projekt

Mit unserem KLIMAWIN-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

Das Projekt

Unser KLIMAWIN-Projekt ist der 2. Nachhaltigkeitsspieltag der Stuttgarter Kickers, der am 30.11.2024 stattfand. Im Mittelpunkt stand die Förderung sozialer Teilhabe und nachhaltiger Verantwortung durch den Sport. Dank der Unterstützung von Sponsoren und Partnern konnten insgesamt 804 Freikarten an Kinder und Jugendliche aus sozialen Einrichtungen, Vereinen und Organisationen vergeben werden. Bei dem Spieltag erlebten 5.540 Zuschauer ein tolles Spiel, das nicht nur sportlich, sondern auch gesellschaftlich ein großer Erfolg war. Darüber hinaus wurden durch gemeinsame Spendenaktionen insgesamt 5.500 € gesammelt, die regionalen sozialen Einrichtungen zugutekommen.

Art und Umfang der Unterstützung

Unser Unternehmen unterstützte das Projekt mit einem finanziellen Beitrag von 2.260 € für die Durchführung des Spieltags. Dieser Beitrag floss in die Organisation, die Bereitstellung von Freikarten für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche sowie in begleitende nachhaltige Maßnahmen. Zusätzlich beteiligten wir uns an der Kommunikation des Events, um die Botschaft von Solidarität und Verantwortung weiterzutragen.

Umfang der Förderung: 2.260 € für den 2. Nachhaltigkeitsspieltag am 30.11.2024 bei den Stuttgarter Kickers.

Ergebnisse und Entwicklungen

Durch unsere Unterstützung konnte das Projekt eine breite Wirkung erzielen:

- 804 Freikarten für Kinder und Jugendliche aus sozialen Einrichtungen wurden vergeben.
- Die Spendenaktion erbrachte 5.500 €, die für soziale Einrichtungen in der Region eingesetzt werden.
- Die Veranstaltung erreichte insgesamt 20.688 Aufrufe auf Instagram und 21.648 Aufrufe auf Facebook, was zeigt, dass die Thematik auf großes Interesse in der Community stößt.
- Der Spieltag war mit 5.540 Zuschauern ein großer Erfolg und stärkte das Bewusstsein für soziale Verantwortung im Sport.

Ausblick

Angesichts der positiven Resonanz und der hohen gesellschaftlichen Relevanz werden wir unser Engagement für den Nachhaltigkeitsspieltag weiterführen. Wir planen, auch beim nächsten Nachhaltigkeitsspieltag mitzuwirken und die Förderung sozialer Teilhabe durch den Sport weiter zu intensivieren. Zudem prüfen wir, ob weitere Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung von Sportveranstaltungen ergänzt werden können.

Geplante Aktivitäten:

- Fortsetzung der Unterstützung beim nächsten Nachhaltigkeitsspieltag
- Weiterentwicklung von Konzepten zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation
- Verstärkte Einbindung von regionalen Partnern und sozialen Einrichtungen

Unser Ziel: Nachhaltige Sportveranstaltungen als Plattform für soziale Verantwortung weiter auszubauen und Kindern sowie Jugendlichen weiterhin Zugang zu sportlichen Erlebnissen zu ermöglichen.

Unser KLIMAWIN Projekt



Kontaktinformation

Ansprechperson

Robin Karcher
Junior CSR Manager
rkarcher@uhlsport.de

Impressum

Herausgegeben am 27.03.2025
von uhlsport GmbH
Klingenbachstraße 3
72336 Balingen-Engstlatt

Telefon: +49 (0) 7433 268-0
E-Mail: info@uhlsport.de

Internet: <https://uhlsport.group/>

uhlsportGmbH