

WEITBLICK FAIRNESS MITVERANTWORTUNG

FORESIGHT . FAIRNESS . SHARED RESPONSIBILITY

NACHHALTIGKEITSBERICHT
SUSTAINABILITY REPORT

2022
/23



**UNSER
VERSPRECHEN**
bruendl.at/b-green

**WIR
BEWEGEN
MENSCHEN**



SAVE THE MAGIC



VORWORT

FOREWORD



Ch. Bründl

Unser Purpose: Außergewöhnliche Menschen schaffen gemeinsam Magic Moments. Wir wollen Menschen bewegen, entwickeln und stärken. Und wir sind in den Bergen zu Hause und schätzen die Kraft und Bedeutung der Natur als wichtige Inspiration für unser Handeln. Die Berge geben uns Energie, Urvertrauen, Regeneration und auch den Weitblick. Den Weitblick über die Verantwortung für die Auswirkungen unseres Tuns auf den Menschen und die Natur, heute und für kommende Generationen. Nachhaltigkeit braucht einen 360 Grad Blickwinkel und die Erkenntnis, dass alles miteinander verbunden ist.

Nachhaltigkeit ist bei Bründl zu einem besonderen Herzensprojekt geworden. Deshalb ist Nachhaltigkeit ein integrierter Bestandteil unserer Firmenkultur geworden. Wir alle sind verantwortlich.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden Entwicklungsplätze und eine besondere Lebensschule in unserer Bründl Akademie. Jeder Mensch in unserem Unternehmen trägt die Mitverantwortung für unseren Purpose, unsere Werte, unsere Ziele und unsere Stimmung.

Wir haben vor der gesetzlichen Pflicht, die durch die Richtlinie hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD) auf uns zukommen wird, mit der Dokumentation unserer Auswirkungen begonnen und viel dabei gelernt. Wir sind uns unserer großen Verantwortung bewusst und auch den Herausforderungen und Chancen, die in schnelllebenden Zeiten wie diesen, für unser Unternehmen bestehen.

Dafür haben wir für unsere wesentliche Themen Visionen bis 2030 entwickelt. Anhand von Leistungskennzahlen messen wir unsere Fortschritte. Mit unserer Roadmap überwacht jedes Geschäftsleitungsmitglied kurz- und mittelfristig Meilensteine für die Zielerreichung. Wir haben auch in eine Software investiert, das ESG-Cockpit, das uns hilft, die vielen Nachhaltigkeitsmaßnahmen und -kennzahlen zu steuern. Für den Bericht haben wir als Rahmenwerk den Berichtstandard der Global Report Initiative (GRI), der weltweit am meisten genutzte Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, verwendet.

Für unsere Nachhaltigkeitsstrategie haben wir die 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen als Rahmen gewählt, die uns helfen nichts zu vergessen und die größten Hebel für uns zu identifizieren. Die 31 UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sind in unserem Verhaltenskodex und Pflichtenheft für Liefernde fest verankert. Wir bereiten uns auch gewissenhaft auf die vielen Regulierungen und Gesetzgebungen, die auf den EU-Green Deal einzahlen, vor.

Als Familienunternehmen ist es uns wichtig so zu agieren, dass die nächsten Generationen ein wirtschaftlich stabiles und solides Unternehmen fortführen können und wir auch Arbeitsplätze in der Region sichern. Mit Weitblick und weiser Voraussicht identifizieren wir von uns nicht beeinflussbare Risiken, wie das Abschmelzen der Gletscher und den Rückgang des Konsums. Darauf bereiten wir uns vor und entwickeln unser Sortiment immer mehr in Richtung: Mehr vom Richtigen. Richtig für uns ist: höhere Qualität, längere Lebensdauer, Kreislauffähigkeit und Nachhaltigkeit der Produkte unter allen Aspekten. Wir setzen uns auch mit Alternativen zum Wintersport auseinander und verbreitern unser Sortiment.

Wir möchten keine kurzfristigen, billigen Schnellverkäufe, sondern wir machen unsere Kundschaft zu loyalen aktiven Fans, die bei uns nicht nur ein Produkt kaufen, sondern auch die Vorfreude und das gesamte Erlebnis: einen Magic Moment.

Mut und Urvertrauen sind Kernwerte unserer Kultur. Unser Flagship in Kaprun, das innovativste Sporthaus in den Alpen, dessen Bau trotz Pandemie und Lockdown durchgezogen wurde, ist der Beweis für unseren Weitblick.

So möchten wir weitermachen: unsere Verantwortung wahrnehmen, gemeinsam mit allen im Unternehmen unsere Werte leben und unserer Kundschaft ein unvergessliches Einkaufserlebnis bieten und mit einem guten Gewissen durch den Einkauf von nachhaltigen Produkten einen Beitrag zu einer nachhaltigen Welt geleistet zu haben.

Herzlichst euer
Christoph Bründl,
mit Familie & Team

Our purpose: extraordinary people create Magic Moments together. We want to move, develop, and strengthen people. We are at home in the mountains, and we value the power and significance of nature as an important inspiration for our actions. The mountains give us energy, calmness, and vision. They remind us of the responsibility we have for the effects of our actions on people and nature now, and for generations to come. Sustainability requires a 360-degree perspective and the acknowledgement that everything is connected. Sustainability has become a special passion project at Bründl. This is why sustainability has become an integral part of our corporate culture. We are all responsible.

We offer our employees a place to develop instead of work, as well as our life-school which comes in the form of our Bründl Academy. Every individual in our company shares a responsibility for our Purpose, Values, Goals, and Attitude.

We started documenting our impacts before the legal obligation that the Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) will impose on us and have learned a lot in the process. We are aware of our big responsibility and the challenges and opportunities that exist for our company in fast-moving times such as these. We have defined a clear path forward and have developed visions for our material topics up to 2030. We use key performance indicators (KPIs) to measure our progress. With our roadmap, our upper management monitors short- and medium-term milestones to ensure that we reach our goals. We have also invested in a software tool, the ESG-Cockpit, which helps us manage our many sustainability KPIs. We have used the reporting standard of the Global Reporting Initiative (GRI), the world's most widely used standard for sustainability reporting, as the framework for the report.

For our sustainability strategy, we have chosen the United Nations' 17 Sustainable Development Goals (SDGs) as a framework for our efforts. The 31 UN Guiding Principles on Business and Human Rights are firmly anchored in our employee and supplier code of conducts. We are also actively preparing for the many regulations and legislations that are part of the European Green Deal.

As a family business, it is important for us to act in such a way that allows future generations to continue an economically stable and solid company which can provide secure jobs in the region. With foresight and experience, we identify risks that we cannot influence, such as melting glaciers and the planned decline in general consumption. We are preparing for this and developing our product range more and more in the direction of selling more of the right things. The right thing for us means selling products with a higher quality, longer life, recyclability, and general sustainability of the products in all its aspects. We are also looking at alternatives to winter sports and broadening our product range. We want to avoid cheap and quick sales.

We would rather turn our customers into loyal, active fans, who not only come to us for products, but for special shopping experience they can only find at Bründl Sports; in other words, Magic Moments.

Courage and a sense of basic trust are a key part of our company culture. Our flagship store in Kaprun is the most innovative sports store in the Alps, whose construction was pulled through despite a pandemic and many lockdowns, is proof of our foresight.

We want to continue doing business by accepting our responsibilities, actively living our values with everyone in the company, and offering our customers an unforgettable shopping experience with a clear conscience, having contributed to a more sustainable world with their purchase.

Sincerely,
Christoph Bründl
with family & team

INHALT INDEX

7

EINLEITUNG INTRODUCTION

Das sind wir
Who we are
9

Unsere Standorte
Our Locations
10

Unsere Geschichte
Our History
13

Unsere Vision
Our Vision
14

Wertschöpfungskette
Value Chain
16

Produkte und Marken
Products and Brands
18

21

NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENT SUSTAINABILITY MANAGEMENT

SDGs
22

Wesentlichkeitsanalyse
Materiality Analysis
24

Nachhaltigkeitsstrategie
Sustainability Strategy
28

Methode und Berichtsstruktur
Method and Report Structure
30

33

WESENTLICHE THEMEN MATERIAL TOPICS

SOZIALES SOCIAL 33

Attraktiver Arbeitsplatz
Attractive Workplace
34

Aus- und Weiterbildung
Training and Education
38

Vielfalt und Chancengleichheit
Diversity and Equal Opportunity
42

Gesundheit und Wohlergehen
Health and Wellbeing
46

UMWELT ENVIRONMENT 51

Abfall
Waste
52

Treibhausgasemissionen
Greenhouse Gas Emissions
58

UNTERNEHMENSFÜHRUNG GOVERNANCE 63

Soziale und ökologische Auswirkungen der
Handelsware und Lieferkette
Social and Environmental Impacts
of Goods and Supply Chain
64

Wirtschaftliche Leistung
Economic Performance
70

75

ANHANG APPENDIX

GRI-Index
GRI Index
76

Abkürzungen
Abbreviations
84

Impressum
Imprint
84

EINLEITUNG INTRODUCTION

Als einer der führenden Sportfachhändler im Westen Österreichs sind wir seit jeher bestrebt, unserer Kundschaft ein breites Sortiment an hochwertigen und funktionalen Produkten anzubieten. In einer Zeit, in der Umwelt-, Klima- und Menschenrechtsschutz immer wichtiger werden, genügt es nicht mehr, nur auf die Qualität der Produkte zu achten. Daher ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht basiert auf einem ausführlichen Prozess. Wir haben unsere Auswirkungen auf Umwelt und Soziales sowie finanzielle Risiken und Chancen, die in der Zukunft auf uns zukommen könnten, gesammelt und bewertet. Dabei haben wir stets die gesamte Wertschöpfungskette berücksichtigt. In dem Prozess haben wir Mitarbeitende aus verschiedenen Abteilungen, unsere Geschäftsleitung sowie auch externe Stakeholder involviert und wurden durch externe Beratung unterstützt.

Dank der Analyse haben wir acht wesentliche Themen identifiziert, auf die wir uns konzentrieren. Diese Themen haben wir anschließend in drei übergeordnete Kategorien – Soziales, Umwelt und Unternehmensführung – eingegliedert:

Soziales

- Attraktiver Arbeitsplatz
- Aus- und Weiterbildung
- Vielfalt und Chancengleichheit
- Gesundheit und Wohlergehen

Umwelt

- Abfall
- Treibhausgasemissionen

Unternehmensführung

- Soziale und ökologische Auswirkungen der Handelsware und Lieferkette
- Wirtschaftliche Leistung

Für jedes wesentliche Thema haben wir eine Vision für das Jahr 2030, klar definierte strategische Ziele, einen spezifischen Managementansatz sowie konkrete Projekte erarbeitet. Diese Elemente bilden zusammen unsere umfassende **Nachhaltigkeitsstrategie**, die auf den **Seiten 28-29** dieses Berichts vorgestellt wird.

Dieser Bericht ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft und wird uns dabei helfen, unseren Beitrag zum Umwelt-, Klima- und Menschenrechtsschutz zu leisten. Wir sind uns bewusst, dass dies ein fortlaufender Prozess ist und dass wir kontinuierlich daran arbeiten müssen, unsere Aktivitäten zu verbessern und uns neuen Herausforderungen zu stellen.

As one of the leading sports retailers in western Austria, we have always strived to offer our customers a wide range of high-quality products. However, at a time when environmental, climate, and human rights protection are as important as ever, it has become insufficient to focus solely on the functional quality of our products. Sustainability has become an integral part of our corporate strategy.

This sustainability report is based on a detailed process. We collected and evaluated our impacts on the environment and society, as well as the financial risks and opportunities that we may face in the future. We considered the whole value chain in our analysis. We involved employees from all departments, our managing directors, and many external stakeholders in the process. We also had support from external consultants.

Resulting from our analysis, we identified eight material topics that we are focusing on. We grouped these topics into three categories - Social, Environmental, and Governance:

Social

- Attractive Workplace
- Training and Education
- Diversity and Equal Opportunities
- Health and Wellbeing

Environment

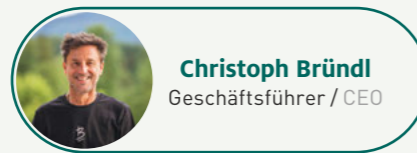
- Waste
- Greenhouse Gas Emissions

Governance

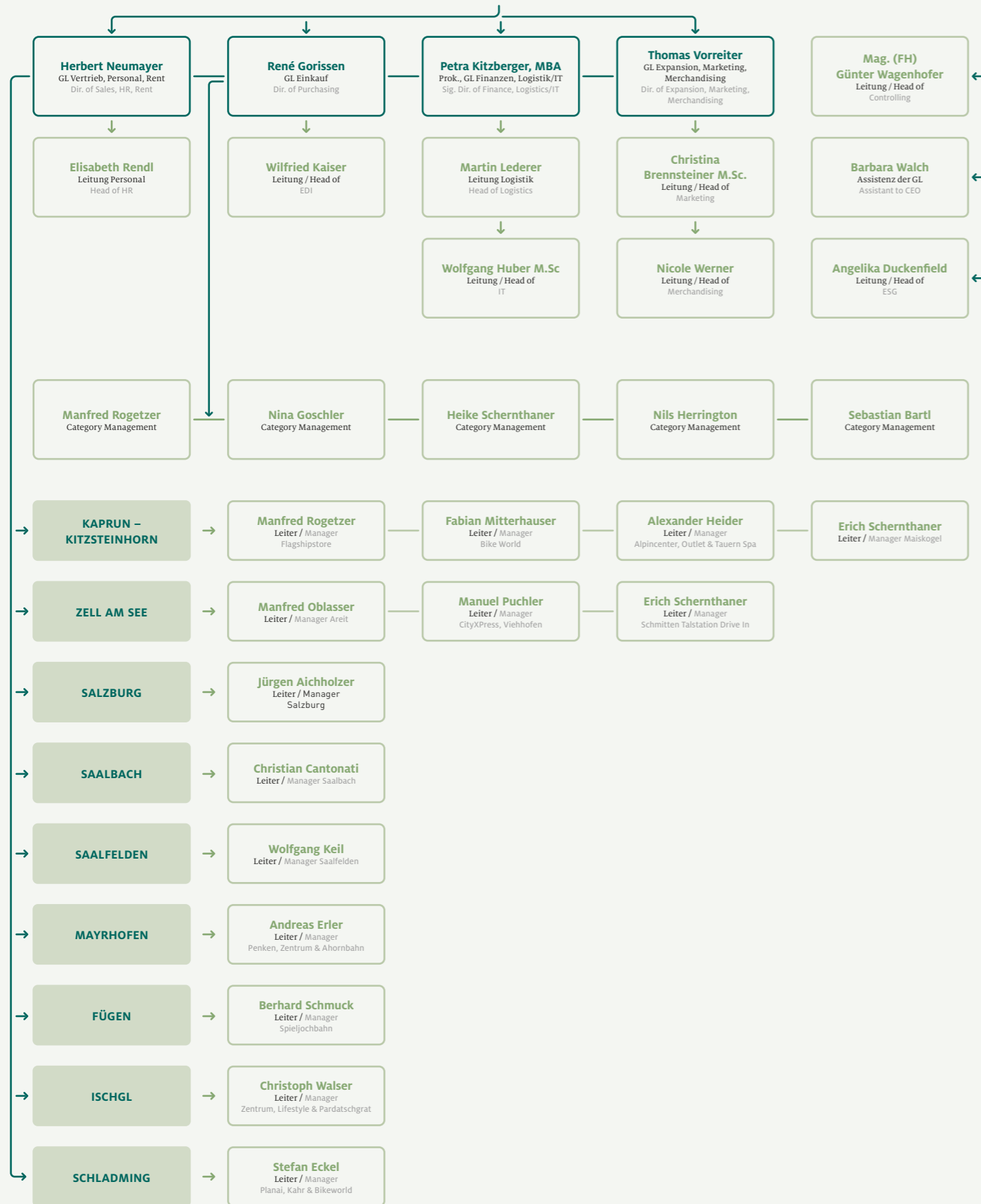
- Social and Environmental Impacts of Goods and Supply Chain
- Economic Performance

For each material topic, we developed a vision for 2030, clearly defined strategic objectives, management approaches, and projects to achieve our goals. Together, these elements form our comprehensive **sustainability strategy**, which is presented on **pages 28-29** in this report.

This report is an important step on the road to a sustainable future. It will help us make our contribution to environmental, climate, and human rights protection. We are aware that this is an ongoing process and that we must work to continuously improve our activities and face new challenges.



Christoph Bründl
Geschäftsführer / CEO



DAS SIND WIR

WHO WE ARE

Wir sind einer der größten Sport- und Renthändler in den österreichischen Alpen mit Hauptsitz in Kaprun, Salzburg. Das Familienunternehmen wurde 1956 von Hans Bründl gegründet und wird mittlerweile in zweiter Generation geführt. Eigentümer sind die zwei Brüder, Christoph und Bernhard Bründl. Mit 31 Shops an 9 Standorten haben wir uns zu einem der führenden Sportfachgeschäfte im Westen Österreichs entwickelt. Im Geschäftsjahr 2022/23 beschäftigten wir 604 Mitarbeitende und haben einen Nettoumsatz in Höhe von ca. 83 Millionen Euro erwirtschaftet.

We are one of the largest sports retailers and renters in the Austrian Alps with our headquarters in Kaprun, Salzburg. Our family business was founded in 1956 by Hans Bründl and is now managed by the second Bründl generation. Ownership of the company is shared by Hans' sons: Christoph and Bernhard Bründl. With 31 stores in 9 locations, we have developed into one of the leading sports stores in the west of Austria. In the fiscal year 2022/23 we employed 604 people and generated a net turnover of about 83 million euros.

Christoph Bründl ist seit 1989 als Geschäftsführer das höchste Kontrollorgan von Bründl Sports und ist für unsere Werte, Visionen und Magic Moments verantwortlich. Er wird von einem 4-köpfigen Geschäftsleitungsteam (GL) unterstützt. Die Filialen werden von Shopleitende und stellvertretende Shopleitende geführt und im Servicecenter gibt es für die verschiedenen Fachbereiche ebenfalls Leitungsfunktionen.

Christoph Bründl has been Bründl's most senior manager since 1989; as CEO, he is responsible for our values, visions, and Magic Moments. He is supported by a four-member team of managing directors. Each store has a manager and an assistant manager. In our service center there are additional management positions for various specialized departments.

Bründl Sports hat seit mehr als zwei Jahrzehnten einen externen Beirat bestehend aus 6 Personen mit hoher Kompetenz im Bereich Handel, Finanzen und Management. In zweimal jährlich stattfindenden Beiratsmeetings wird gemeinsam mit der Geschäftsleitung an der Bründl Strategie gearbeitet. Der externe Blick von Fachleuten aus verschiedenen Bereichen und deren Expertise ist uns für eine Weiterentwicklung des Unternehmens sehr wichtig. Die Sport Bründl Gesellschaft m.b.H ist gesetzlich zu einem Aufsichtsrat, der aus mindestens drei Personen bestehen muss, verpflichtet. Unser Aufsichtsrat besteht aus: Bernhard Bründl als Aufsichtsrats-Vorsitzender, Armin Weger als Aufsichtsrats-Vorsitzender-Stellvertreter und Jakob Oberrauch ist unser dritter Aufsichtsrat.

For more than two decades, Bründl Sports has had an external advisory board consisting of six individuals with expertise in the areas of trade, finance, and management. Board meetings are held twice a year, where Bründl's management strategy continues to be developed. External input by experts from different areas is very important to us to further develop the company. Sport Bründl Gesellschaft m.b.H is required by law to have a supervisory board, which must consist of at least three people. Our supervisory board consists of: Bernhard Bründl as Chairman of the Supervisory Board, Armin Weger as Deputy Chairman of the Supervisory Board, and Jakob Oberrauch is our third Supervisory Board member.



UNSERE STANDORTE

OUR LOCATIONS

Unsere 31 Shops sind verteilt an 9 Standorten in Westösterreich. Kaprun ist nicht nur die Geburtsstätte von Bründl Sports, sondern mit 7 Shops auch der Ort mit den meisten Filialen. In Zell am See befinden sich drei Shops im Tal und zwei Shops am Berg. In Schladming bieten wir in drei Shops ein breites Sortiment. In Salzburg und Saalfelden steht unserer Kundschaft jeweils ein Shop zur Verfügung. Fünf Filialen sind in Saalbach, vier in Mayrhofen, zwei in Fügen und drei in Ischgl.

Our 31 stores are spread over 9 locations in Western Austria. Kaprun is not only the birthplace of Bründl Sports, but with 7 shops, it's also the community with the most branches. In Zell am See there are three stores in the valley and two stores on the mountain. In Schladming we offer a wide range of products spread over three stores. Salzburg and Saalfelden host one store each. There are five stores in Saalbach and three in Ischgl. In the Zillertal there are four shops in Mayrhofen and two in Fügen.

BRÜNDL SPORTS 31 SHOPS AND 9 LOCATIONS



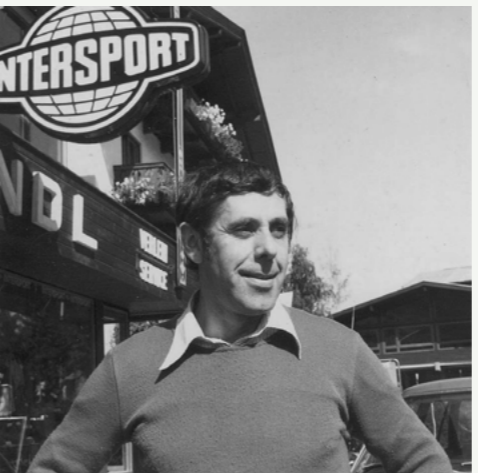


UNSERE GESCHICHTE

OUR HISTORY

Bründl Sports hat in seiner Geschichte viele Erfolge und Auszeichnungen erhalten und ist zu einem der bekanntesten und erfolgreichsten Sportartikelhändler Österreichs geworden.

Bründl Sports has made significant progress and has received honors in its history. It has become one of the most well known and most successful sporting goods retailers in Austria.



← 1956 — Der erste Bründl Sports Store wird von Hans Bründl in Kaprun eröffnet
The first Bründl Sports store is opened by Hans Bründl in Kaprun

1969 — Beitritt zur Intersport-Einkaufsgenossenschaft
Entry into the Intersport Co-op

1974 — Eröffnung zweites Sportgeschäft am Kitzsteinhorn
Opening of second store on the Kitzsteinhorn

1989 — Übernahme der Geschäftsführung durch Christoph Bründl
Christoph Bründl takes over management of the company

1998 — Expansion nach Zell am See mit drei weiteren Shops
Expansion to Zell am See with three more stores

2003 — Expansion nach Ischgl mit drei Stores
Expansion to Ischgl with three stores



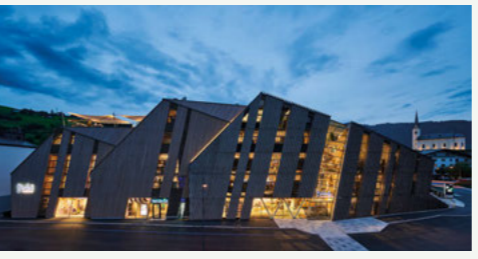
2009 — In Mayrhofen im Zillertal, Salzburg und Kaprun werden weitere Geschäfte eröffnet
More stores are opened in Mayrhofen (Zillertal), Salzburg, and Kaprun

2010 — Bründl Sports eröffnet die erste Filiale in Schladming
Bründl Sports opens the first store in Schladming

← 2016 — Das Unternehmen feiert sein 60-jähriges Bestehen
The company celebrates its 60th anniversary

2017 — Eröffnungen von Filialen in Saalfelden, Schladming und Fügen im Zillertal
Branches open in Saalfelden, Schladming, and Fügen (Zillertal)

2019 — Ausstieg aus der Intersport-Genossenschaft und Etablierung neue Marke „Bründl Sports“
Exit from the Intersport co-op and launch of new independent brand "Bründl Sports"



← 2021 — Bründl Sports setzt verstärkt auf Nachhaltigkeit und eröffnet das neue, ÖGNI-zertifizierte Flagship in Kaprun
Bründl Sports turns focus on sustainability and opens the new, ÖGNI-certified flagship store in Kaprun

UNSERE VISION

OUR VISION

Mit Mut, Weitblick, Neugier und Innovationskraft machen wir uns auf in die Bründl Sports Zukunft. Wir hören dabei nie auf zu hinterfragen, zu entwickeln und neu zu erfinden. Und das alles mit einem großen Ziel, das uns alle antreibt und verbindet: Magic Moments für unsere Mitarbeitenden und Kundschaft zu kreieren.

We are setting off into the Bründl Sports future with courage, vision, curiosity and innovative power. We never stop questioning accepted ideas, developing, and reinventing. We do this with the great goal that drives and connects us all: creating magic moments for our employees and customers.

UNSERE WERTE

OUR VALUES

MAGIC MOMENTS

Nur wer den Funken der Leidenschaft in sich trägt, kann ein Feuer für sich und andere entfachen. Mit Freude & Sinn begeistern wir unser Umfeld: Magic Moments als täglicher Treiber.

MAGIC MOMENTS

Only those who carry the spark of passion within them can ignite a fire in themselves and in others. We inspire our community with joy and purpose: Magic Moments are our daily driver.

MUT

Für eine erfolgreiche Zukunft hinterfragen wir unser Tun ständig und mit radikaler Ehrlichkeit. Wir blicken immer mit großer Zuversicht, Urvertrauen und hoher Lösungsbegabung in die Zukunft.

COURAGE

For a successful future, we constantly scrutinize our actions with radical honesty. We always look to the future with great confidence, basic trust, and a great talent for finding solutions.

MITVERANTWORTUNG

Wir alle leben die Mitverantwortung für unsere Werte, Nachhaltigkeit, Ziele und sind Stimmungsmanager*in. Das Ganze mit dem Prinzip: *Füreinander*.

SHARED RESPONSIBILITY

We all have a shared responsibility for our values, sustainability, and goals. We are all mood managers. All this with one thing in mind: *each other*.

KONSEQUENZ

Konsequenz liegt all unserem Handeln zu Grunde. Wir machen keine halbherzigen Sachen. Durch ständiges Hinterfragen und bewusstes Handeln kommen wir zu besseren Ergebnissen.

CONSISTENCY

Consistency underlies everything we do. We do nothing half-heartedly. Through constant self-examination and conscious action, we achieve better results.

RESPEKT

Als menschenlndes Unternehmen sind wir fair und anständig im Umgang unter- und miteinander. Wir behandeln alle so, wie wir behandelt werden möchten: mit Respekt.

RESPECT

As a company with a focus on social wellbeing, we are fair and courteous in our interactions with each other. We treat everyone the way we want to be treated: with respect.

NACHHALTIGKEIT

Unser Familienunternehmen fühlt sich einer glaubwürdigen und professionellen Nachhaltigkeit verpflichtet. Statt kurzfristiger Profitmaximierung, verfolgen wir eine mutige, aber von kaufmännischer Weitsicht und strategischer Logik geprägte Firmenpolitik.

SUSTAINABILITY

Our family business is committed to credible and professional sustainability. Instead of short-term profit maximization, we pursue a bold company policy that is characterized by commercial foresight and strategic logic.



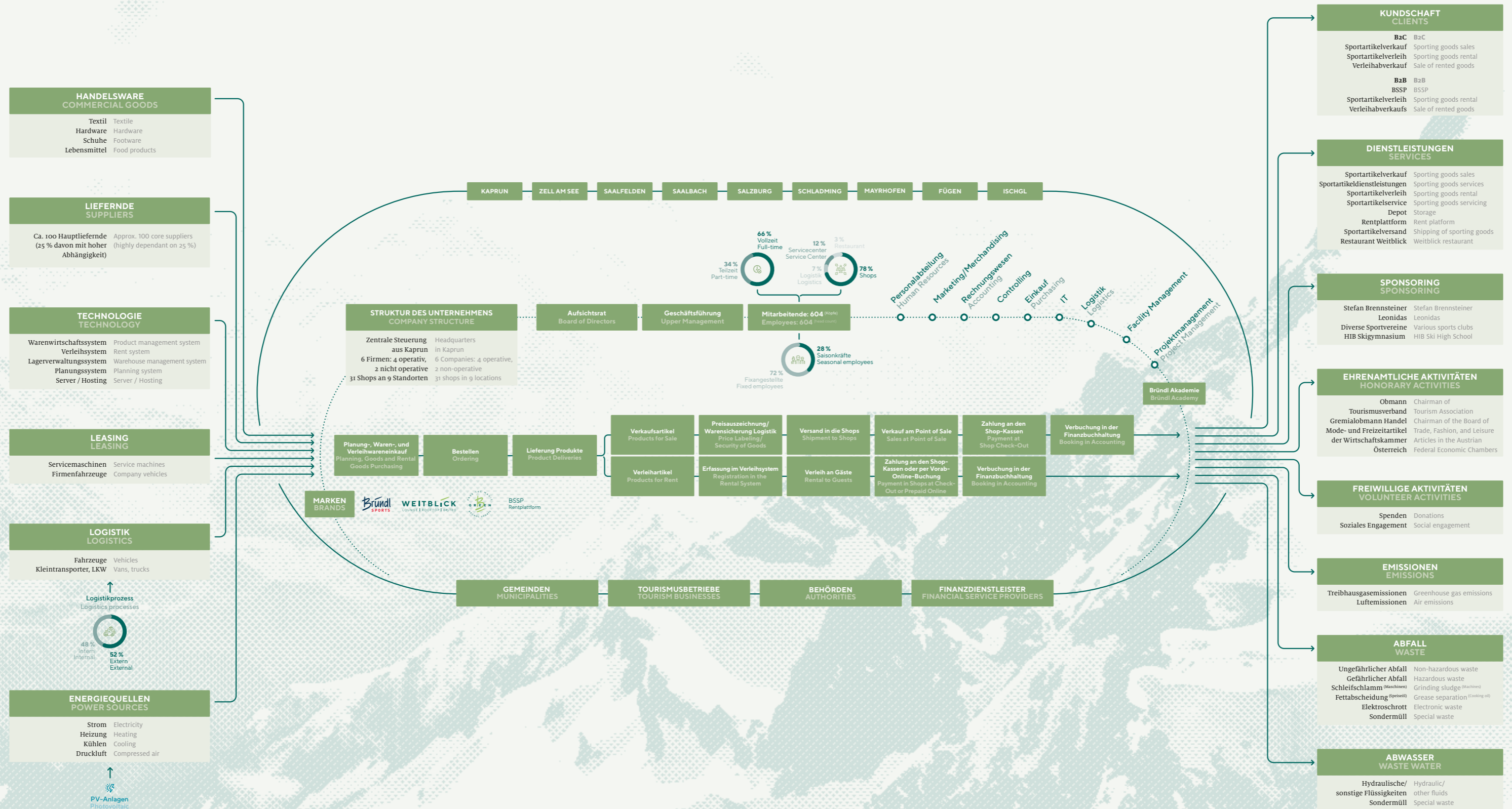
WERTSCHÖPFUNGSKETTE

VALUE CHAIN



Die Bründl Sports Gruppe ist im Sportartikel-Einzelhandel sowie im Sportartikel-Verleih tätig.

The Bründl Sports Group is primarily active in the retail sales and rental of sporting goods.

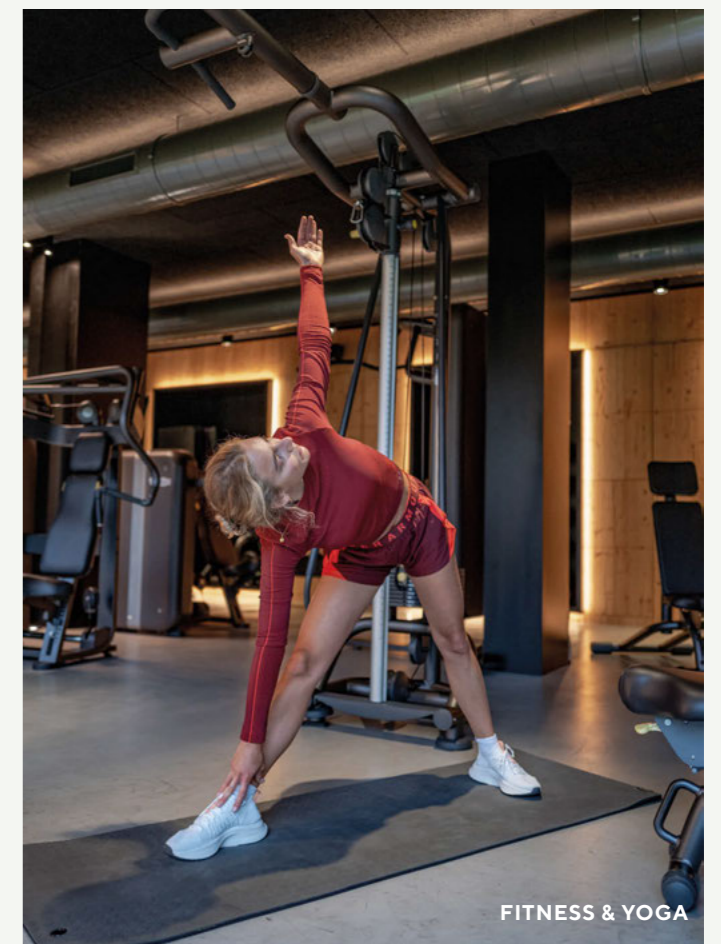
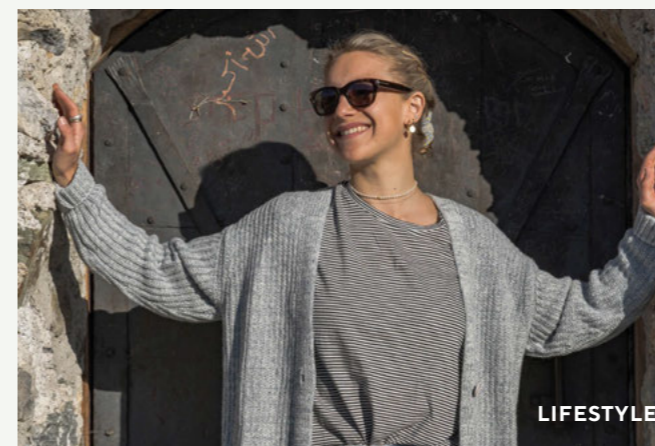
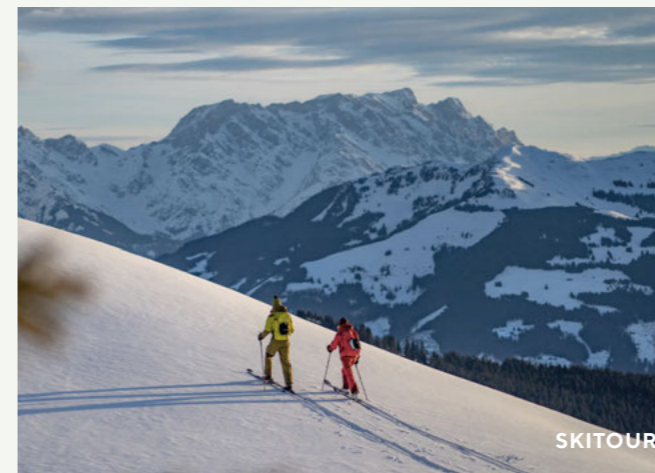


PRODUKTE UND MARKEN

PRODUCTS AND BRANDS

Wir bieten bei Bründl Sports ein breit gefächertes Sortiment an Marken und Produkten an. Wir setzen auf renommierte Marken, die in ihren jeweiligen Bereichen und Sportarten zu den größten Anbietern zählen und sich durch jahrelange Expertise und Qualitätsführerschaft auszeichnen. Nachhaltigkeit spielt bei unserer Marken- und Produktauswahl eine große Rolle.

At Bründl Sports we offer a wide range of brands and products. We focus on reputable brands who are among the largest suppliers in their respective disciplines and are distinguished by years of leadership in both expertise and quality. Sustainability plays a major role in our brand and product selection.



AUSZUG AUS UNSEREN TOP-MARKEN

A SELECTION FROM OUR TOP BRANDS





NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

SUSTAINABILITY MANAGEMENT

Um Nachhaltigkeit im Unternehmen bestmöglich zu verankern, haben wir uns dazu entschieden die Bründl Nachhaltigkeitsstrategie in die bestehende Organisation und Unternehmensstrategie zu integrieren. Somit stellen wir auch einen ganzheitlichen Ansatz sicher, nämlich dass das Thema in allen Bereichen verankert ist.

Zusätzlich wurde eine B-Green Team aus 26 Mitarbeitenden zusammengestellt. Ursprünglich war es eine Taskforce für Nachhaltigkeit, die sich zu einem festen Team entwickelt hat. Eine Person aus jedem Unternehmensbereich, ein so genannter Scout, hat die Aufgabe, das Thema Nachhaltigkeit aus ihren Abteilungen in das B-Green Team zur Diskussion zu bringen und die daraus resultierenden Maßnahmen aus dem B-Green Team wieder in ihre Abteilungen zu übertragen. Alle zwei Monate findet ein B-Green Meeting statt, bei dem sich die Scouts und die Geschäftsleitung zu unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen austauschen. So stellen wir sicher, dass Informationen geteilt und Ideen sowie Feedbacks gehört werden. Zusätzlich findet zweimal im Jahr ein ganztägiger Workshop mit allen Scouts und der Geschäftsleitung statt. Unsere interne Software *Confluence* dient uns zur Verwaltung der Ideen. Mitarbeitende können dort Ideen zum Thema Nachhaltigkeit einbringen und im B-Green Meeting werden die Ideen besprochen und, wenn sinnvoll, zur Umsetzung freigegeben.

Um die Nachhaltigkeitsstrategie zu koordinieren und laufend weiter zu entwickeln, gibt es eine interne Stelle zur Nachhaltigkeitskoordination sowie zusätzlich auch externe Beratung. Die Aufgabe besteht darin die Geschäftsleitung und das B-Green Team mit Fachkompetenz, relevante Informationen, Best Practice Beispielen und Lösungsansätzen für eine nachhaltige Unternehmensführung zu unterstützen. Die Stelle der Nachhaltigkeitskoordination dient zur Erleichterung von administrativen Aufgaben, zur Koordination zwischen den einzelnen Stellen und zur Organisation von spezifischen Nachhaltigkeitsmeetings.

Wir haben eine Nachhaltigkeitsroadmap mit konkreten Zielen und Meilensteinen erstellt. Die Verantwortlichkeit der einzelnen Bereiche dieser Roadmap liegt bei der Geschäftsleitung. Die Meilensteine und Projekte werden dann gemeinsam im Team umgesetzt. Um unsere Nachhaltigkeitsbemühungen messbar zu machen, haben wir Leistungskennzahlen und Ziele definiert. Zur Sammlung und Überprüfung der Daten haben wir eine Softwarelösung, die uns auch hilft die Entwicklung der Daten und damit die Wirksamkeit unserer Maßnahmen laufend zu kontrollieren.

Um alle Mitarbeitende über die Nachhaltigkeitsbemühungen zu informieren, ist Nachhaltigkeit in unserer internen Informationsstrategie ein integraler Bestandteil. Darüber hinaus gibt es in unserer App für Mitarbeitende *Beekeeper* eine eigene Rubrik für Nachhaltigkeit. Dort werden Neuigkeiten veröffentlicht und unsere Mitarbeitende können sich zu Nachhaltigkeitsschulungen anmelden.

Darüber hinaus ist uns der Austausch und die Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern besonders wichtig und wir sind Teil von vielen Initiativen und Organisationen zur Förderung von nachhaltiger Entwicklung im Sinne des SDG 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele.

To anchor sustainability in the company in the best way possible, we integrated the Bründl sustainability strategy into the existing company's organization and corporate strategy. In this way, we ensure a holistic approach, which means that the topic is anchored in all areas.

In addition, a B-Green Team with 26 employees was established. This started as a taskforce for sustainability and has developed into a permanent team. One individual from each area of the company, a so-called scout, is responsible for bringing the topic of sustainability from their departments into the B-Green Team for discussion as well as integrating the resulting measures from the B-Green Team back into their departments. B-Green meetings take place every two months, where scouts and Bründl management including the CEO exchange information on many topics regarding sustainability. This ensures that information is shared, and ideas and feedback are heard. In addition, a full-day workshop with all scouts and the management takes place twice a year. Our internal software "*Confluence*" is used to manage ideas. Every employee can enter ideas on the topic of sustainability there. These ideas are discussed in B-Green Team meetings and, if appropriate, approved for implementation.

In order to coordinate and continuously improve the sustainability strategy, there is an internal sustainability coordination unit as well as external consultants. Their task is to support the upper management and the B-Green Team with expertise, pertinent information, best practice examples, and solution approaches for sustainable corporate management. A sustainability coordinator is in place for the facilitation of administrative tasks, coordination between the individual departments and the organization of specific meetings regarding sustainability.

We have developed a sustainability roadmap with concrete targets and milestones. Responsibility for the individual areas of this roadmap lies with the management. Milestones and projects are then implemented jointly by the departments. To make our sustainability efforts measurable, we have defined key performance indicators and targets. We have a software solution for collecting and reviewing the data, which also helps us to continuously monitor the development of the data and thus the effectiveness of our measures.

To keep all employees updated on our sustainability efforts, sustainability is an integral part of our internal information strategy. In addition, our *Beekeeper* app for employees has a dedicated section for sustainability. News is published there and our employees can register for sustainability training courses.

Additionally, exchange and cooperation with our stakeholders is particularly important to us and we are part of many initiatives and organizations to promote sustainable development within the context of SDG 17 – Partnerships for the Goals.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

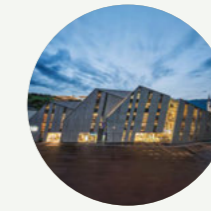
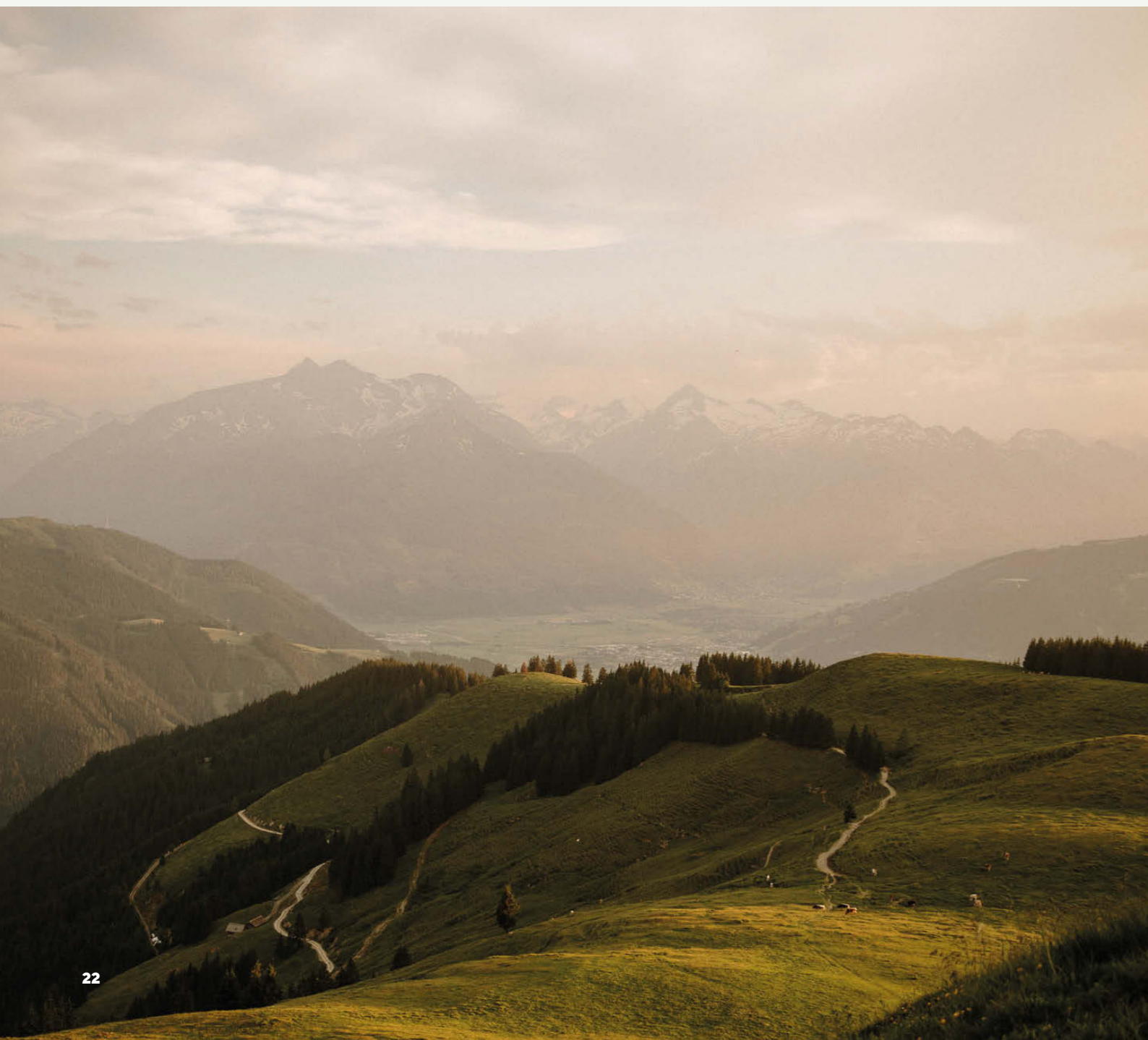
SDGs

Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen – SDGs – werden von uns aktiv unterstützt und dienen uns als Leitfaden für eine kohärente Kommunikation. Diese SDGs sind das Ergebnis eines Gipfeltreffens der Vereinten Nationen im September 2015, bei dem die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung beschlossen wurde. Alle 193 Mitgliedsstaaten haben sich verpflichtet auf diese SDGs bis zum Jahr 2030 hinzuarbeiten.

Alle SDGs sind miteinander verbunden und wechselseitig voneinander abhängig. Es ist unabdingbar, bei der Implementierung auf die Zusammenhänge und gegenseitigen Wirkung zu achten. Wir bei Bründl Sports sehen, dass unsere Aktivitäten vor allem auf SDG 3, 4, 8, 10, 12, 13 und 17 einzahlen.

We actively support the 17 United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) and use them as a guide for coherent communication. These SDGs are the result of a United Nations summit in September 2015, at which the 2030 Agenda for Sustainable Development was adopted. All 193 member states have committed to working toward these SDGs by 2030.

All SDGs are interconnected and interdependent. It is essential to pay attention to their interrelationships and reciprocal effects when implementing them. At Bründl Sports, we see that our activities primarily contribute to SDG 3, 4, 8, 10, 12, 13, and 17.



UNTERNEHMENS- FÜHRUNG GOVERNANCE

Als Familienunternehmen in 2. Generation fokussieren wir uns auf nachhaltige Unternehmensführung und investieren in die Zukunft. As a 2nd generation family business, we focus on sustainable governance practices and invest in the future.



UMWELT ENVIRONMENT

Wir kümmern uns um einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur und allen ihren Ressourcen. We care about the responsible use of nature and all its resources.



SOZIALES SOCIAL

Wir bewegen Menschen und engagieren uns für unser soziales Umfeld. We inspire people and are committed to our social environment.



Wir unterstützen die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN: sdgs.un.org/goals

WIR BEWEGEN MENSCHEN

WESENTLICHKEITSANALYSE

MATERIALITY ANALYSIS

Positiv / Positive + Wichtig + Important
 Negativ / Negative - Signifikant - Significant
 Kritisch/Effektiv - Kritisch/Effektiv - Critical/Effective

Die Wesentlichkeitsanalyse bestimmt die für die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens wesentlichen Themen. Um auf die kommende EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD) vorbereitet zu sein, haben wir uns entschieden in der Wesentlichkeitsanalyse das Prinzip der doppelten Wesentlichkeit anzuwenden.

Die doppelte Wesentlichkeit berücksichtigt zwei Dimensionen: die Wesentlichkeit der Auswirkungen und die finanzielle Wesentlichkeit. In den nächsten Abschnitten geben wir einen detaillierten Einblick in unsere Analyse.

In dem Prozess waren neben dem B-Green Team auch die Geschäftsleitung und die Eigentümer involviert und wurde durch eine externe Beratung unterstützt.

Wesentlichkeit der Auswirkungen

Um die Wesentlichkeit der Auswirkungen zu bestimmen, haben wir als ersten Schritt Auswirkungen gesammelt, die wir aufgrund unserer Geschäftstätigkeiten und -beziehungen, inklusive der vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette, auf Umwelt und Soziales haben. Diese Auswirkungen können positiv oder negativ, tatsächlich oder potenziell, beabsichtigt oder unbeabsichtigt, kurz- oder langfristig, reversibel oder nicht reversibel sein. Gesamt haben wir in dieser ersten Analyse 76 Auswirkungen identifiziert. Nach der Sammlung haben wir jede Auswirkung nach dem Schweregrad bewertet. Der Schweregrad setzt sich aus Ausmaß, Umfang und bei negativen Auswirkungen aus der Unabänderlichkeit zusammen. Wenn es sich um eine potenzielle Auswirkung handelt, haben wir auch noch die Eintrittswahrscheinlichkeit berücksichtigt. Im Rahmen dieses Prozesses haben wir auch wichtige Interessengruppen befragt und deren Einschätzungen in die Bewertung einbezogen. Durch diese Bewertung haben wir 33 Auswirkungen als für uns derzeit wesentlich identifiziert.

In der folgenden Tabelle wird das Ergebnis der Wesentlichkeit der Auswirkungen, die in 8 wesentliche Themen gruppiert wurden, abgebildet. Es wird, neben der Wesentlichkeit der einzelnen Auswirkungen dargestellt, ob diese positiv oder negativ einzuordnen sind und auf welche SDGs eingezahlt wird.

The materiality analysis determines the topics that are relevant for the company's sustainability performance. To be prepared for effects of EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), we have decided to apply the principle of double materiality in the materiality analysis.

The double materiality takes into account two dimensions: the impact materiality and the financial materiality. In the following sections we provide detailed insight into our analysis.

In addition to the B-Green team, the management and owners were involved in the process, which was supported by an external consultancy.

Impact materiality

In order to determine the impact materiality, we started by listing the impacts that we have on the environment and social issues as a result of our business activities and relationships, including the upstream and downstream value chain. These impacts can be positive or negative, actual or potential, intended or unintended, short- or long-term, reversible or non-reversible. In total, we identified 76 impacts in this initial analysis. Once collected, we rated each impact according to severity. The severity is made up of scale, scope, and, in case of a negative impacts, the irremediable character of the impact. In the case of a potential impact, we also considered the likelihood of occurrence. As part of this process, we also consulted key stakeholders and included their assessment in the evaluation. Through this assessment, we have identified 33 impacts as currently material for us.

The following table shows the result of the impact materiality, which have been grouped into 8 material topics. In addition to the materiality of the individual impacts, it is shown whether they are categorized as positive or negative and which SDGs they contribute to.

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS	+ -	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Attraktiver Arbeitsplatz Attractive Workplace S./P. 34		Finanzielle Stabilität für eigene Mitarbeitende durch faire und pünktliche Entlohnung und zusätzlichen Benefits Financial stability for own employees through fair and punctual compensation and additional benefits	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Sicherstellung eines fairen, partnerschaftlichen Umgangs unter der Belegschaft Ensuring fair interaction among the workforce in a spirit of partnership	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Erhöhte Zufriedenheit und Bindung durch Miteinbezug der Mitarbeitenden Increased satisfaction and loyalty through employee involvement	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Schaffung von Arbeitsplätzen mit fairen Arbeitsbedingungen Creation of jobs with fair working conditions	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS	+ -	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Aus- und Weiterbildung Education and Training S./P. 38		Qualifikationsentwicklung der eigenen Mitarbeitenden Professional development of own employees	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Keine vollständige Vergütung der geleisteten Stunden bei Workshops No full compensation for hours worked at workshops	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS	+ -	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Vielfalt und Chancengleichheit Diversity and Equal Opportunity S./P. 42		Verteilungsgerechtigkeit zwischen den Geschlechtern Distributional inequalities between genders	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Geringer Anteil an Frauen in Führungspositionen Low proportion of women in management positions	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Inklusion durch genderechter Kommunikation Inclusion via gender-appropriate communication	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Keine gelebte Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung No active inclusion of people with disabilities	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS	+ -	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Gesundheit und Wohlergehen Health and Well-Being S./P. 46		Sicherstellung der Gesundheit der eigenen Mitarbeitenden Ensuring the health of our own employees	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Stabilität für eigene Mitarbeitende durch die Schaffung von sicheren Arbeitsplätzen Stability for own employees through the creation of secure jobs	+	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Mentaler Druck auf Mitarbeitende Mental pressure on employees	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS	+ -	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Abfall Waste S./P. 52		Abfallaufkommen in der gesamten Wertschöpfungskette Waste generation along the entire value chain	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Umweltauswirkungen durch Verpackung der Handelsware Environmental impact due to packaging of merchandise	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
		Plastikaufkommen bei Anlieferung der Produkte Plastic waste in the delivery of products	-	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS		WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Treibhausgasemissionen Greenhouse Gas Emissions S./P. 58		Auswirkung auf den Klimawandel durch Verwendung von fossilen Brennstoffen Impact on climate change due to the use of fossil fuels	⊖	
		Limitierter Einfluss der Mietstandorte Limited influence of rental locations	⊖	
		Auswirkungen auf den Klimawandel durch Logistik Impacts on climate change through logistics	⊖	
		Erhöhtes Logistikaufkommen durch Umlagerungen und nicht optimale Warensteuerung Increased logistics volume due to stock transfers and non-optimized merchandise management	⊖	
		Auswirkung auf den Klimawandel durch hohen Energieverbrauch Impact on climate change due to high energy consumption	⊖	
	Abhängigkeit gegenüber Stromliefernden durch geringe Eigenproduktion Dependence on electricity suppliers due to low in-house production	⊖		

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS		WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Soziale und ökologische Auswirkungen der Handelsware und Lieferkette Social and Environmental Impacts of Purchased Goods and Supply Chain S./P. 64		Umweltauswirkungen durch Produktion der Handelsware Environmental impact due to production of products	⊖	
		Umweltauswirkungen bei der Verwendung der Handelsware Environmental impact of the product use phase	⊖	
		Verbrauch der Ressource Wasser in der Produktion der Handelsware Water consumption in the product production phase	⊖	
		CO ₂ e Fußabdruck der Handelsware Carbon footprint of purchased goods	⊖	
		Verbesserung der ökologischen und sozialen Standards bei Liefernden durch Mindestanforderung zur Zusammenarbeit im Pflichtenheft Improvement of environmental and social standards of suppliers through our standards for cooperation	⊕	
		Wissenstransfer durch enge Zusammenarbeit mit Liefernden Knowledge transfer through close cooperation with suppliers	⊕	
	Förderung von nachhaltigen Produkten durch bewusste Auswahl der Liefernden Promotion of sustainable products through conscious supplier selection	⊕		

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	AUSWIRKUNGEN IMPACTS		WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Wirtschaftliche Leistung Economic Performance S./P. 70		Stärkung der internationalen Zusammenarbeit durch Partnerschaften Strengthening international cooperation through partnerships	⊕	
		Vorbildfunktion als nachhaltig agierendes Unternehmen Serving as a role model as a company that acts sustainably	⊕	
		Zurverfügungstellung einer Vielzahl von Arbeitsplätzen in den Regionen Providing a large number of workplaces in the regions	⊕	
		Konsumförderung durch Geschäftsmodell Promoting consumption with business model	⊖	

Finanzielle Wesentlichkeit

Die zweite Dimension der doppelten Wesentlichkeit ist die finanzielle Wesentlichkeit. Laut dem europäischen Nachhaltigkeitsberichterstattungsstandard (ESRS) der CSRD ist ein Nachhaltigkeitsaspekt unter finanziellen Gesichtspunkten wesentlich, wenn er wesentliche finanzielle Auswirkungen auf das Unternehmen nach sich zieht oder zu erwarten sind. Wir haben die finanzielle Wesentlichkeit für Bründl Sport bestimmt, indem wir Risiken und Chancen im Nachhaltigkeitskontext gesammelt haben. Gesamt waren es 16 Chancen und 28 Risiken. Im Anschluss haben wir die Risiken und Chancen nach dem potenziellen Ausmaß der finanziellen Auswirkungen und der Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet und 3 Chancen sowie 5 Risiken als wesentlich eingestuft.

In der folgenden Tabelle wird das Ergebnis der finanziellen Wesentlichkeit dargestellt. Neben der Wesentlichkeit der Risiken und Chancen wird auch die angenommene Fristigkeit abgebildet. Die wesentlichen Risiken und Chancen wurden in den entsprechenden wesentlichen Themen eingruppiert.

Financial Materiality

The second dimension of double materiality is the financial materiality. According to the European Sustainability Reporting Standard (ESRS) of the CSRD, a sustainability matter is material from a financial perspective if it has or is expected to have a significant financial impact on the company. We determined the financial materiality for Bründl Sports by collecting risks and opportunities in the context of sustainability. In total, we identified 16 opportunities and 28 risks. We then assessed the risks and opportunities according to the potential magnitude of their financial effects and the likelihood of occurrence and categorized 3 opportunities and 5 risks as material.

The following table shows the result of the financial materiality analysis. In addition to the materiality of the risks and opportunities, the expected time of maturity is shown. The material risks and opportunities were categorized in the corresponding material topics.

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	CHANCEN/RISIKEN OPPORTUNITIES/RISKS	FRISTIGKEIT TERM	CHANCEN/RISIKEN OPP./RISKS	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Soziale und ökologische Auswirkungen der Handelsware und der Lieferkette Social and Environmental Impacts of Purchased Goods and Supply Chain		Ertragseinbuße aufgrund von labilen Lieferketten Loss of revenue due to unstable supply chains	mittelfristig medium-term	Risiko risk	
		Erhöhte Produktkosten kann zu Ertragseinbußen führen Increased costs of purchased goods can lead to loss of revenue	mittelfristig medium-term	Risiko risk	

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SDGs SDGs	CHANCEN/RISIKEN OPPORTUNITIES/RISKS	FRISTIGKEIT TERM	CHANCEN/RISIKEN OPP./RISKS	WESENTLICHKEIT MATERIALITY
Wirtschaftliche Leistung Economic Performance		Stabilisierung des Ertrags durch Angebot an Erlebnissen/Rent/Service Stabilisation of revenue by offering experiences/rent/service	mittelfristig medium-term	Chance opportunity	
		Stabilisierung des Ertrages durch Förderung von Ganzjahressportarten Stabilisation of revenue by the promotion of year-round sports	mittelfristig medium-term	Chance opportunity	
		Stabilisierung des Ertrags durch Erhöhung des Second Hand und Refurbished Angebots Stabilisation of revenue by increasing the second-hand and refurbished offering	mittelfristig medium-term	Chance opportunity	
		Ertragsausfall durch verändertes Konsumverhalten Loss of revenue due to changes in consumer behaviour	mittelfristig medium-term	Risiko risk	
		Unsichere Zukunft des Wintertourismus Uncertain future of winter tourism	mittelfristig medium-term	Risiko risk	
		Veränderte Kundschaft durch Migration Changing customer base due to migration	mittelfristig medium-term	Risiko risk	

Wichtig	Important	
Signifikant	Significant	
Kritisch/Effektiv	Critical/Effective	

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

SUSTAINABILITY STRATEGY

Die wesentlichen Themen ergeben auch unsere Nachhaltigkeitsstrategie, die wir hier übersichtlich abbilden. Jedes Thema setzt sich aus der Vision 2030, einem ESG-Ziel und steuerungsrelevante KPIs zusammen. Die Details der einzelnen Bereiche können aus den nächsten Seiten entnommen werden.

The material topics also make up our sustainability strategy, which we have summarized here. Each topic has a Vision 2030, an ESG goal and relevant KPIs. The details of the individual areas can be found on the following pages.

SOZIALES SOCIAL

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	ATTRAKTIVER ARBEITSPLATZ ATTRACTIVE WORKPLACE	AUS- UND WEITERBILDUNG EDUCATION AND TRAINING	VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY	GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN HEALTH AND WELL-BEING
VISION 2030 VISION 2030	Wir bieten einen sinnstiftenden Arbeits- und Entwicklungsplatz mit hoher Flexibilität und vielen Möglichkeiten der Mitgestaltung. Bründl ist die erste Adresse für alle, die im Sportartikelhandel arbeiten und bei uns bleiben möchten. We offer a meaningful workplace with a high degree of flexibility and many opportunities for co-creation. Bründl is the first address for all those who work in sports retail and want to stay with us.	Durch unsere Akademie und unsere Führungskräfte ziehen wir Menschen an, die sich fachlich und persönlich in der Bründl Sports Lebensschule weiterentwickeln wollen. Through our academy and our managers, we attract people who want to develop professionally and personally in the Bründl life school.	Gleiche Chancen für Alle ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Vielfalt und Inklusion werden gelebt. Equal opportunity, diversity, and inclusion can be taken for granted by all employees.	Wir motivieren zur Bewegung und fördern die physische, mentale und emotionale Fitness unserer Mitarbeitenden. Die Bedürfnisse werden ernst genommen. We motivate our people to be active and foster our employees' physical, mental, and we emotional fitness. The needs of our employees are taken seriously.
ESG-ZIELE 2030 ESG-GOALS 2030	Durch sinnstiftende Arbeits- und Entwicklungsplätze möchten wir die Mitarbeitendefluktuations unter 10 % erreichen und halten. We aim to achieve and maintain employee turnover below 10 % by offering workplaces with purpose and development opportunities.	Das Angebot der Bründl Sports Lebensschule von 33,6 Stunden pro Jahr weiterhin auf gleich hohem Niveau halten und auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden weiterentwickeln. Maintain the Bründl Sports life school's offer of 33,6 hours per year at the same high level and develop it further to meet the needs of employees.	Alle Mitarbeitende mit gleicher Qualifikation und Verantwortung werden gleich entlohnt. All employees with the same qualifications and responsibilities are paid equally.	Durch aktive Förderung der physischen, mentalen und emotionalen Fitness, werden die Ausfalltage weiterhin unter 10 Tage/Jahr gering gehalten. By actively promoting physical, mental and emotional fitness, the number of lost days is kept below 10 days per year.
STEUERUNGSRELEVANTE KPIs RELEVANT KPIs	Mitarbeitendefluktuationsrate in % Employee turnover in % Wiederkehrquote von Saisonkräften in % Return rate of seasonal employees in %	Gesamte Ausbildungsstunden Total training hours	Verteilungsgerechtigkeit in % Distributive injustice in % Menschen mit Beeinträchtigung in # People with disabilities in #	Ausfalltage pro Mitarbeitende/Jahr in # Lost days per employee/year in #

UMWELT ENVIRONMENT

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	ABFALL WASTE	TREIBHAUSGASEMISSIONEN GREENHOUSE GAS EMISSIONS
VISION 2030 VISION 2030	Wir sehen Abfall als Ressource und leisten unseren Beitrag in Richtung Zero Waste. We see waste as a resource and make our contribution towards zero waste.	Wir messen in allen Geschäftsbereichen unseren CO ₂ e Fußabdruck und reduzieren diesen stetig im Einklang mit den nationalen und internationalen Klimazielen. We measure our carbon footprint in all business areas and are steadily reducing it in accordance with national and international climate targets.
ESG-ZIELE 2030 ESG-GOALS 2030	Das gesamte Abfallaufkommen auf Basis 2022/23 um 15 % reduzieren. Reduce total waste generation by 15 % (2022/23 baseline).	Die Treibhausgasemissionen auf Basis 2018/19 um 25 % reduzieren. Reduce greenhouse gas emissions by 25 % (2018/19 baseline).
STEUERUNGSRELEVANTE KPIs RELEVANT KPIs	Abfallaufkommen in Tonnen Waste volume in tons	Gesamttreibhausgasemissionen in tCO ₂ e Total greenhouse gas emissions in tCO ₂ e

UNTERNEHMENSFÜHRUNG GOVERNANCE

WESENTLICHES THEMA MATERIAL TOPIC	SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DER HANDELSWARE UND DER LIEFERKETTE SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACTS OF PURCHASED GOODS AND SUPPLY CHAIN	WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG ECONOMIC PERFORMANCE
VISION 2030 VISION 2030	Wir bieten unseren Gästen bedenkenlose Einkaufserlebnisse mit hauptsächlich B-Green Logo Produkten. Wir arbeiten vor allem mit Liefernden zusammen, die zukunftsfähige Nachhaltigkeit leben und bevorzugen regionale Unternehmen. We offer our customers a carefree shopping experience with predominantly B-Green logo products. We mainly work with suppliers with sustainable business practices and give preferences to local companies.	Wir bewegen Menschen. Wir verkaufen immer mehr Erlebnisse und Services. Wir geben zurück und teilen Erfolge. We move people. We sell more and more experiences and services. We give back and share successes.
ESG-ZIELE 2030 ESG-GOALS 2030	90 % der Liefernden haben das Pflichtenheft unterschrieben. Mehr als die Hälfte unserer verkauften Produkte sind B-Green gekennzeichnet. 90 % of our suppliers have signed the code of conduct. More than half of the products we sell have a B-Green logo.	Die sozialen Leistungen werden weiterhin auf 1,6 % des Umsatzes gehalten. Der Rent-, Service- und Erlebnisanteil wird auf 30 % des Umsatzes gesteigert. Social benefits will be maintained at 1.6 % of revenue. Revenue from rent, service, and experiences will be increased to 30 % of all revenue.
STEUERUNGSRELEVANTE KPIs RELEVANT KPIs	Anteil der Marken mit unterschriebenen Pflichtenheft für Liefernde in % Proportion of brands with signed supplier code of conduct in % Anteil der Marken mit B-Green Logo in % Proportion of brands with B-Green logo in %	Anteil Sozialleistungen von Umsatz in % Share of social benefits from revenue in % Anteil Rent/Service/Erlebnis vom Umsatz Share of rent/service/experiences from revenue in %

METHODE UND BERICHTSSTRUKTUR

METHODS AND REPORT STRUCTURE

Unser erster Nachhaltigkeitsbericht wurde in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Die darin enthaltenen Informationen beziehen sich auf alle Standorte der operativ tätigen Firmen Sport Bründl Gesellschaft m.b.H., der Schmittenhöhe-Service GmbH & Co KG, der Sports & Emotions GmbH und der Planai Sport GmbH sowie auf die im Eigentum befindlichen Liegenschaften des Service- und Logistikcenters, die in der Bründl Invest GmbH verwaltet werden. Ebenso werden die Sport Management und Consulting GmbH & Co KG, die unsere Rent-Software sowie andere unternehmensweite IT-Dienstleistungen und Software-Produkte hostet, berücksichtigt.

Dabei gelten die Informationen und Daten für das gesamte Unternehmen im Zeitraum vom 1. September 2022 bis zum 31. August 2023 sofern nicht anders angegeben. Wir werden ab jetzt jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen. Die Gliederung des Berichts ergibt sich aus dem Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse. Die acht wesentlichen Themen wurden in drei Kategorien – Soziales, Umwelt und Unternehmensführung – eingegliedert und jedes Thema wird dargestellt durch:

- eine Vision 2030, die den langfristigen Zielpfad für das Thema legt,
- die Auswirkungen, Chancen und Risiken aus denen sich das wesentliche Thema zusammensetzt, und unser Ansatz der Überwachung der Sorgfaltspflicht bei negativen Auswirkungen und Risiken,
- den Managementansatz, wie wir das Thema intern steuern, die strategischen Ziele, die unsere Zwischenziele zur Erreichung der Vision darstellen,
- Leistungskennzahlen (Key Performance Indicators – KPIs), die es uns ermöglichen unseren Bemühungen zu messen und zu überprüfen,
- die SDGs, auf die das wesentliche Thema einzahlt und
- laufende Projekte zur Weiterentwicklung des Themas.

Wir haben uns dazu entschieden diesen ersten öffentlich zugänglichen Nachhaltigkeitsbericht nicht extern prüfen zu lassen.

Solltest Du Fragen zu unserem Nachhaltigkeitsbericht oder zu unseren Nachhaltigkeitsbemühungen haben, kannst Du uns gerne per E-Mail kontaktieren: nachhaltigkeit@bruendl.at

Our first sustainability report was prepared in accordance with the standards of the Global Reporting Initiative (GRI). The information contained therein relates to all locations of the operationally active companies Sport Bründl Gesellschaft m.b.H., Schmittenhöhe-Service GmbH & Co KG, Sports & Emotions GmbH and Planai Sport GmbH, as well as the service and logistics center properties owned and managed by Bründl Invest GmbH. Also included is Sport Management und Consulting GmbH & Co KG, which hosts our Rent software and other company-wide IT services and software products.

The information and data in this report apply to the entire company in the period from September 1, 2022 to August 31, 2023 unless otherwise stated. Going forward, we will publish an annual sustainability report. The structure of the report is derived from the result of the materiality analysis. The eight material topics have been grouped into three categories – Social, Environmental, and Governance – and each topic is depicted by:

- a vision statement for 2030 that defines the long-term objective for each topic;
- the impacts, risks and opportunities that make up the material topic and our approach to monitoring due diligence for negative impacts and risks;
- the internal management approach for each topic;
- the strategic objectives that represent our intermediate goals for achieving the vision;
- key performance indicators (KPIs) for measuring and reviewing our progress;
- the SDGs that relate to each topic, and;
- ongoing projects regarding each the topic.

We have decided not to have this first publicly available sustainability report externally audited.

If you have any questions about our sustainability report or our sustainability efforts, please feel free to contact us by e-mail: nachhaltigkeit@bruendl.at





SOZIALES SOCIAL

**Wir bewegen Menschen und engagieren
uns für unser soziales Umfeld.**

**We inspire people and are committed to the
betterment of our social environment.**

Attraktiver Arbeitsplatz
Attractive Workplace
34

Aus- und Weiterbildung
Education and Training
38

Vielfalt und Chancengleichheit
Diversity and Equal Opportunity
42

Gesundheit und Wohlergehen
Health and Wellbeing
46

ATTRAKTIVER ARBEITSPLATZ

ATTRACTIVE WORKPLACE

VISION 2030

Wir bieten einen sinnstiftenden Arbeits- und Entwicklungssplatz mit hoher Flexibilität und vielen Möglichkeiten der Mitgestaltung. Bründl ist die erste Adresse für alle, die im Sportartikelhandel arbeiten und bei uns bleiben möchten.

Die größten Auswirkungen auf unsere Mitarbeitenden, die wir aus sozial-ausgerichtetes Unternehmen haben, sind die Sicherstellung deren finanzielle Stabilität durch überkollektivvertragliche und pünktliche Entlohnung, überdurchschnittlich viele Benefits, eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe, eine erhöhte Zufriedenheit und Bindung durch Miteinbezug und einen sicheren Arbeitsplatz mit fairen Arbeitsbedingungen.

Bründl Sports ist ein Familienbetrieb, der bereits in der zweiten Generation geführt wird. Unser Familienkodex unterstützt das Unternehmen, um es erfolgreich in die nächste Generation führen zu können. Wir leben eine Familienkultur mit Leistungsanspruch. Dabei sind unsere Mitarbeitenden unsere wichtigste Ressource und Menschlichkeit steht bei uns im Vordergrund. Wir wollen sie begeistern, entwickeln und stärken, denn nur wenn es ihnen gut geht, kann es dem Unternehmen gut gehen. Unser Ziel ist es, einen sinnstiftenden Arbeitsplatz zu bieten, der Raum für persönliche und berufliche Entwicklung bietet.

Wir haben einen Verhaltenskodex als Grundlage für unsere Arbeit und führen regelmäßig Mitarbeitendegespräche, um einen engen Austausch zwischen den Führungskräften und den Mitarbeitenden zu fördern sowie Probleme frühzeitig zu erkennen und Lösungen zu finden. Unsere Führungskräfte werden für diese Gespräche geschult und bekommen einen Kommunikationswerkzeugkoffer als Hilfestellung zur Verfügung gestellt. Wir möchten einen attraktiven Arbeitsplatz bieten, und stellen unseren Mitarbeitenden hierfür eine Vielzahl von Benefits zur Verfügung. Wir leben eine flache Hierarchie, die es unseren Mitarbeitenden ermöglicht, aktiv im Unternehmen mitzugestalten und sich innerhalb des Unternehmens weiterzuentwickeln. Unser Personalteam, in Zusammenarbeit mit unseren Führungskräften und der Geschäftsleitung, ist für dieses wesentliche Thema verantwortlich.

VISION 2030

We offer a meaningful workplace with a high degree of flexibility and many opportunities for co-creation. Bründl is the first address for all those who work in sports retail and want to stay with us.

As a socially oriented company, our biggest impact we have on our employees is the assurance of their financial stability through above collective bargaining agreement salaries. Additionally, punctual payment, employee benefits, cooperation at eye-level, active employee involvement, and a secure workplace with fair working conditions are outcomes of our business activities.

Bründl Sports is a family business, which is already managed by its second generation. Our family codex supports the company in leading it successfully into the next generation. We live a family culture with a dedication to performance. Our employees are our most important resource and a positive attitude is our priority. We want to inspire, develop, and strengthen them, because the company can only do well if the employees are doing well. Our goal is to offer a meaningful workplace that provides a framework for personal and professional development.

We have an employee code of conduct which is the basis for our work. We hold regular employee interviews to promote a close exchange between managers and employees and to identify problems at an early stage and find solutions. Our managers are trained for these discussions and are provided with a communication toolbox to help them. We want to offer an attractive workplace and offer our employees a wide range of benefits. We work within a flat hierarchy, which enables our employees to actively participate in the company and develop themselves within the company. Our human resources team, in cooperation with our managers and the upper management, is responsible for this essential topic.

SDGs



KPIs

Mitarbeitendefluktuations*	22/23
Employee turnover*	
Männlich	7,8 %
Male	
Weiblich	8,2 %
Female	
Gesamt	
Total	16,0 %

*ohne Saisonkräfte
*without seasonal employees

Betriebszugehörigkeit	22/23
Years of employment	
> 5 Jahre / years	54 %
> 10 Jahre / years	24 %
> 15 Jahre / years	10 %

20 %

Wiederkehrquote
von Saisonkräfte
2022/23
Seasonal employee
retention rate
2022/2023

STRATEGISCHE ZIELE

Wir überwachen die Mitarbeitendenfluktuation und möchten unter 10 % erreichen und halten. Unser Ziel ist es die Rückkehrquote der Saisonkräfte stetig zu erhöhen. Konkret möchten wir bis 2024/25 die Quote auf 30 % und bis 2029/30 auf 40 % steigern.

STRATEGIC GOALS

We monitor our employee turnover and aim to achieve and maintain a rate of less than 10 %. Our objective is to steadily increase the return rate of our seasonal employees to 30 % by 2024/25 and 40 % by 2029/30.



PROJEKTE PROJECTS

Benefits

Wir bewegen Menschen. Vor allem auch unsere eigenen.
Wir wollen Vitalität, Entwicklung, Wohlergehen, Erfüllung, und finanzielles Wohlbefinden bestmöglich fördern.



Mittagszuschuss
Lunch subsidy



Vergünstigt einkaufen
Discounted shopping



Kostenloser Skiverleih
Free ski rental



50 % auf Bikeverleih
50 % off bike rentals



Weiterempfehlungs-Prämie
Referral bonus



Wiederkehr-Prämie für Saisonkräfte
Return bonus for seasonal employees



Fitnessstudio-kooperation
Cooperation agreement with gyms



Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
Opportunities for training and professional development



Monatliche Teamprämie
Monthly team bonuses



Gemeinsame Sportaktivitäten und Events
Group sporting activities and events



Weiterempfehlungs-Prämie

Wir freuen uns, wenn unsere eigenen Mitarbeitenden von ihrem Arbeitsplatz bei Bründl so überzeugt sind, dass sie Menschen aus ihrer Umgebung (Freunde, Freundinnen, Familienmitglieder, etc.) zu Bründl wirbt. Wenn jemand aus unserem Team einen Menschen bewirbt, der mindestens drei Monaten bleibt, wird sie oder er mit einer Prämie als Dankeschön wie z.B. zusätzliche Urlaubstage oder Einkaufsgutscheine, belohnt.

Referral bonus

We are pleased when our own employees are so satisfied with Bründl as an employer that they bring people in their social circles (friends, family members, etc.) to Bründl. If someone from our team refers a person who stays with us for at least three months, they are thanked with a bonus of either additional vacation days or Bründl gift cards.



JobRad

Bründl Sports ist Teil der Initiative *JobRad-Leasing*, eine attraktive Möglichkeit für Menschen (innerhalb und außerhalb der Firma) ein Rad zu vergünstigten Konditionen über den Arbeitsplatz zu erwerben. Das JobRad ist eine win-win-Situation: Die Teilnehmenden verringern den eigenen CO₂e-Fußabdruck und kommen in den Genuss eines brandneuen, vergünstigten Fahrrads was Spaß macht und sie fit hält.



JobRad/Work Bike

Bründl Sports is part of the "JobRad-Leasing" initiative, an attractive opportunity for people (inside and outside the company) to purchase a bike at a discount through their employer. The JobRad is a win-win situation: participants reduce their own carbon footprint and get to enjoy a brand-new, discounted bike, which is fun and keeps them fit.



AUS- UND WEITERBILDUNG

EDUCATION AND TRAINING

VISION 2030

Durch unsere Akademie und unsere Führungskräfte ziehen wir Menschen an, die sich fachlich und persönlich in der Bründl Lebensschule weiterentwickeln wollen.

Als Unternehmen haben wir eine große Verantwortung, unsere Mitarbeitenden bestmöglich bei ihrer persönlichen und beruflichen Qualifikationsentwicklung zu unterstützen. Wir möchten Entwicklungsplätze bieten. Unsere Akademie, oder auch Bründl Lebensschule genannt, schafft dafür einen Raum und soll den Menschen Kompetenz und Erfahrung vermitteln sowie die persönliche Entwicklung fördern. Mitarbeitenden steht das Akademiehandbuch zur Verfügung. Dort sind Informationen zu Inhalten und Zielen der Schulungen, Trainings und Workshops enthalten. Von Kommunikationsschulungen, Produktschulungen, Spezialschulungen für Shop Teams, digitaler Weiterbildung, Nachhaltigkeitsschulungen bis hin zu Achtsamkeitsseminare und vieles mehr bieten wir ein vielschichtiges Angebot an. Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten werden als integrativer Teil des Arbeitsalltages gesehen. Einige der Schulungen sind für unsere Mitarbeitenden verpflichtend, andere können optional noch zusätzlich gewählt und besucht werden. Es wird auch transparent kommuniziert welche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten zeitvergütet werden.

Einen weiteren Bestandteil unserer Akademie ist unsere E-Learning-Plattform, auf der Videos zu verschiedenen Themenbereichen zur Verfügung gestellt werden. Diese Plattform ist in unsere App für Mitarbeitende *Beekeeper* integriert, die eine zentrale Rolle in der internen Kommunikation spielt. Über *Beekeeper* tauschen wir uns aus und informieren unsere Mitarbeitenden regelmäßig zu unterschiedlichen Themen.

Um die Führungskräfte der Zukunft bestmöglich zu unterstützen, haben wir die Trainee Ausbildung ins Leben gerufen. Die Ausbildung steht für alle offen, die gerne Verantwortung übernehmen, und baut auf 5 Module auf, die jeweils 2-tägig sind. Ziel ist die Vorbereitung für eine Führungsposition und Einblicke in die Shopführung zu vermitteln. Für unsere Führungskräfte haben wir eine neue Ausbildung in unserem Programm. Das Ziel ist gemeinsam Stärken stärken und die persönliche Leader-Rolle noch wirksamer werden zu lassen. Auch diese Ausbildung besteht aus 5 Modulen zu je 2 Tagen.

Wir wollen in junge Menschen investieren. Deshalb haben wir ein besonderes Konzept für Lehrlinge entwickelt: die Bründl Junior Akademie. Das Konzept soll den Lehrlingen den bestmöglichen Start in die Arbeitswelt bieten und gibt einen klaren Fahrplan für die Lehrjahre vor. Jeder Lehrling hat einen Ausbildenden, der für die Lehrlinge zuständig ist und die Ausbildung koordiniert. Darüber hinaus bekommt jeder Lehrling einen Lehrlings-Buddy zur Seite gestellt. Meistens sind das junge, gerade ausgebildete Mitarbeitende, die genau wissen, wie sich der erste Tag in der Lehre anfühlt, welche Fragen auftauchen und wie man sich am besten in der neuen Situation zurechtfindet. Jeder Lehrling besucht während der Ausbildungsjahre die Bründl Junior Akademie. Sie besteht aus 5 Modulen (1 Modul pro Saison). Neben der umfassenden Wissensvermittlung steht die Persönlichkeitsentwicklung stark im Fokus.

VISION 2030

Through our academy and our managers, we attract people who want to develop professionally and personally in the Bründl life school.

As a company, we have a big responsibility to support our employees in their personal and professional skills development as best as we can. We want to offer spaces for development. Our academy, or Bründl life school, is intended to provide people with competence and experience, and promotes personal development as well. Every employee has access to the academy handbook, which contains information on the content and objectives of all training courses, seminars, and workshops. Ranging from communication training, product training, special training for store teams, digital training, and sustainability training to mindfulness seminars and much more, we offer a broad range of courses; these are training and development opportunities that are seen as integral parts of everyday work. Some of the training courses are mandatory, while others can be selected and attended optionally. We transparently communicate which trainings and courses fall under work hours and which ones do not.

Another component of our academy is our e-learning platform, which provides videos on various topics. This platform is integrated into *Beekeeper*, our employee app, which plays a central role in internal communication. We use *Beekeeper* to exchange ideas and provide our employees with regular information on a wide range of topics.

To provide the best possible support for our managers of the future, we launched a trainee program. The program is open to anyone who enjoys taking on responsibility. It is based on 5 modules, each of which lasts 2 days. The goal is to prepare trainees for a management position and to provide insights into store management. For our managers we have a new unique training in our program. Its aim is to strengthen strengths and make the leader's role more effective. This training also consists of 5 modules of 2 days each.

We want to invest in young people. That's why we have developed a special training plan for apprentices, the Bründl Junior Academy. The plan is designed to give apprentices the best possible start in the working world and provides a clear roadmap for their apprenticeship. Each apprentice has a mentor who is responsible for them and coordinates their training. Additionally, each apprentice is assigned an apprentice buddy. These are usually young employees who have just completed their apprenticeship and know exactly what the first day of an apprenticeship feels like, what questions arise, and how best to find their way in their new position. Every apprentice attends the Bründl Junior Academy during their apprenticeship period. It consists of five modules (one module per season). In addition to comprehensive knowledge transfer, there is a strong focus on personality development.

Um sicherzustellen, dass alle Mitarbeitende Zugang zu Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten haben, legen wir besonderen Wert auf die Förderung unserer Saisonkräfte. Wir laden sie zu Beginn der Wintersaison zu unserem Naturworkshop ein und bieten ihnen zusätzlich eine Vielzahl weiterer Schulungsmöglichkeiten an.

Unsere Personalentwicklung ist gemeinsam mit allen Führungskräften für die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden verantwortlich.

To ensure that everyone has access to education and training opportunities, we place special emphasis on supporting our seasonal employees. We invite them to our nature workshop at the beginning of the winter season and offer them a variety of additional training opportunities.

Together with all managers, our human resources team is responsible for the development of our employees.

STRATEGISCHE ZIELE

Die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden steht bei uns im Mittelpunkt. Die Anzahl an Ausbildungsstunden soll auf dem hohen Niveau gehalten werden. Wir möchten die Qualität durch sorgfältige Auswahl der Schulungs- und Trainingsleitung weiterhin sicherstellen. Wir sind uns bewusst, dass jeder Mensch unterschiedliche Bedürfnisse hat und streben daher an, unser Angebot individuell auf die Bedürfnisse jedes einzelnen Mitarbeitenden anzupassen.

STRATEGIC GOALS

We focus on the training and development of our employees. The number of training hours is to be maintained at a high level. We want to continue to ensure the quality through careful selection of trainers and instructors. We are aware that everyone has different needs, and we strive to tailor our programs to the individual needs of each employee.



KPIs

AUSBILDUNGSSTUNDEN ALLE MITARBEITENDE BRÜNDL SPORTS TOTAL TRAINING HOURS ALL EMPLOYEES BRÜNDL SPORTS

22/23

	Männlich Male	Weiblich Female	Gesamt Total
Durchschnittliche Ausbildungsstunden Kat. Geschäftsleitung Average training hours cat. upper management	82,0	82,0	82,0
Durchschnittliche Ausbildungsstunden Kat. Führungskräfte Average training hours cat. department/store management	62,9	39,6	54,7
Durchschnittliche Ausbildungsstunden Kat. Mitarbeitende Average training hours cat. employees	28,8	23,2	25,1
Durchschnittliche Ausbildungsstunden Kat. Lehrlinge Average training hours cat. apprentices	56,2	36,4	49,9
Durchschnittliche Ausbildungsstunden Kat. Saisonkräfte Average training hours cat. seasonal employees	39,7	52,6	43,5
Durchschnittliche Ausbildungsstunden gesamte Mitarbeitende Average total training hours all employees	41,5	27,0	33,6

Das Angebot der Bründl Akademie ist vielfältig und umfasst unsere Standardschulungen sowie je nach Bedarf spezifische Weiterbildungen. Im Wirtschaftsjahr 2022/23 haben wir den Fokus auf die fachliche Fortbildung unserer Radmechaniker*Innen gelegt. In diesem Beruf arbeiten deutlich mehr männliche Kollegen und stundenintensive interne sowie externe Bike-Schulungen haben dementsprechend zur Folge, dass die durchschnittliche Anzahl der Ausbildungsstunden in den jeweiligen Kategorien bei den männlichen Mitarbeitenden höher ist. Die Auswertung zeigt auch deutliche Ungleichheit in den Ausbildungsstunden zwischen den männlichen und weiblichen Führungskräften. Dies hängt mit den unterschiedlichen Ebenen an Führungskräften zusammen und der Tatsache, dass im Berichtsjahr die Stärkung der Leadershipkompetenz im Vordergrund stand, die sich besonders auf die höhere Ebene gerichtet hat, in der vorrangig männliche Kollegen tätig sind.

The Bründl Academy offers a wide range of training programs, including our standard training courses and further training courses based on specific needs. In the financial year 2022/23, we focused on the professional development of our bike mechanics. There are significantly more male colleagues working in this position and hour-intensive internal and external bike training courses result in the average number of training hours in the respective categories being higher for male employees.

The evaluation also shows a clear disparity in training hours between male and female managers. This is due to the different levels of managers and the fact that the focus in the reporting year has been on strengthening leadership skills, particularly at the higher level, which is primarily held by male colleagues.

ART DER SCHULUNG TYPE OF TRAINING

22/23

Führungskräfteentwicklung Management development	11,0 %
Nachwuchsförderung Youth development	9,7 %
Persönlichkeitsentwicklung Personal development	7,5 %
Strategie- und Teamentwicklung Strategy and team development	47,0 %
Fachwissen Expertise	12,7 %
Verkauf Sales	5,8 %
Nachhaltigkeit Sustainability	1,4 %
Recht, Gesetze Legal	4,9 %

SDGs



PROJEKTE PROJECTS

Naturworkshop

Das Herzstück unserer Akademie und gleichzeitig die Auftaktveranstaltung zu jeder Wintersaison ist der Naturworkshop. Alle Mitarbeitende verbringt zwei Tage in insgesamt 11 Gruppenterminen. Unser Ziel ist es, uns besser zu vernetzen, einander näher kennenzulernen und gemeinsam zu lernen. Im Fokus steht die Vermittlung des Bründl Spirits, unsere Werte, unsere Prinzipien und unsere Kultur.



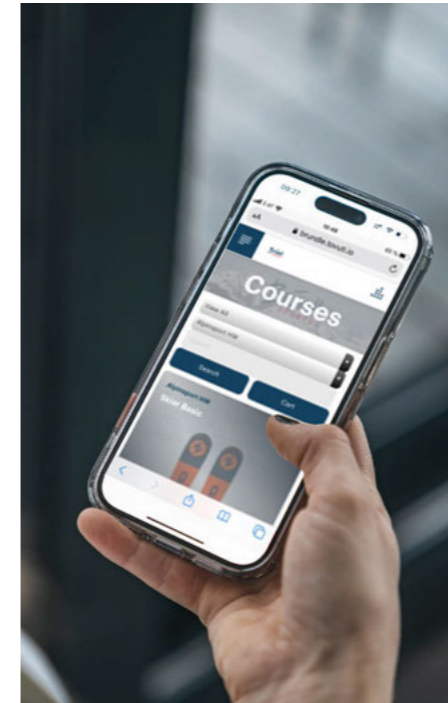
Nature workshop

The heart of our academy and at the same time the kick-off event for each winter season is the nature workshop. All employees are divided into 11 groups and spend two days together. This workshop is for making connections, getting to know each other better, and experience shared learning. The focus is on communicating our Bründl spirit, values, principles, and culture.



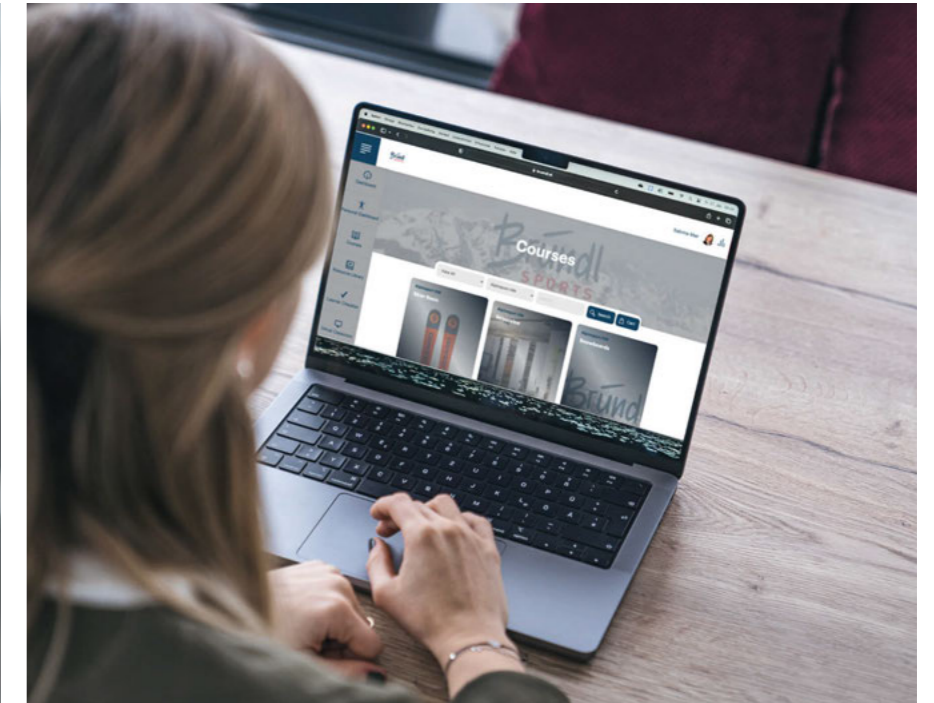
E-Learning

Unser E-Learning Plattform ist Teil unserer App für Mitarbeitende *Beekeeper* und spielt eine wichtige Rolle in der Aus- und Weiterbildung unserer Saisonkräfte und Quereinsteigenden. Wir möchten mit dem Tool über verschiedene Bereiche informieren sowie Fachwissen und unsere Firmenphilosophie weitergeben.



E-Learning

Our E-Learning Platform is part of our employee app *Beekeeper* and plays an important role in the training and development of our seasonal and new employees. We use this tool to inform employees about various topics, to pass on expertise, and to share our company philosophy.





VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY

VISION 2030

Gleiche Chancen für Alle ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Vielfalt und Inklusion werden gelebt.

Diversität ist die Grundlage für ein kreatives und innovatives Arbeitsumfeld. Es liegt in unserer Verantwortung, dass alle Mitarbeitende gleichbehandelt werden und die gleichen Chancen haben. Um das sicherzustellen, kümmern wir uns bei Bründl in Zukunft noch gezielter um dieses Thema. Durch die Wesentlichkeitsanalyse haben wir vier Auswirkungen identifiziert, auf die wir uns in erster Linie konzentrieren werden.

Die erste Auswirkung ist die Unsicherheit über die Verteilungsgerechtigkeit zwischen den Geschlechtern durch fehlende Daten. Eine erste Analyse hat ergeben, dass Männer derzeit um 5,7 % ohne Boni mehr verdienen als Frauen. Das entspricht natürlich absolut nicht unseren Werten. Deshalb erstellen wir gerade diesbezüglich ein internes Kontrollsystem und leiten Maßnahmen zur Verbesserung ab. Wir setzen uns mit großer Sorgfalt dafür ein und streben an, Verteilungsgleichheit in Zukunft zu erreichen. Unsere Benefits stehen allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Der Anteil an Frauen in Shopleitungspositionen ist bei uns sehr gering. Wir erhalten wenig weibliche Bewerbungen für diese Positionen und möchten die Rahmenbedingungen für Frauen in Führungspositionen attraktiver gestalten, um den Anteil an weiblichen Führungskräften zu erhöhen. Alle sollten sich durch unsere Kommunikation angesprochen fühlen. Deshalb haben wir einen Leitfaden zur geschlechtergerechten Kommunikation erstellt und passen entsprechend die gesamte interne sowie externe Kommunikation Schritt für Schritt an. Wir haben keine spezifische Strategie zur Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung und das möchten wir ändern. Unsere Personalinserate sprechen derzeit nicht gezielt alle Personengruppen an. In Zukunft werden unsere Inserate explizit auf die Möglichkeit hinweisen, dass wir allen Menschen, inklusive Menschen mit Beeinträchtigung, einen Arbeitsplatz bieten.

Bei Bründl ist Respekt als einer unserer Kernwerte die Grundlage für eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe und die Schaffung von Chancengleichheit für alle Mitarbeitenden. Um das Arbeitsleben gut mit dem Privatleben vereinbaren zu können, unterstützen wir unterschiedliche Karenzmodelle. In der Personalsuche werden die neuen Bewerbenden ausschließlich nach menschlicher und fachlicher Qualifikation ausgewählt. Unser Team besteht aus Menschen verschiedener Nationalitäten und wir haben begonnen Schulungen und interne Informationen auch in englischer Sprache zur Verfügung zu stellen.

VISION 2030

Equal opportunity, diversity, and inclusion can be taken for granted by all employees.

Diversity is the basis for a creative and innovative working environment. It is our responsibility to ensure that all employees are treated equally and have the same opportunities. We will focus many resources to achieving this vision in the coming years. We will focus primarily on the four impacts we identified during the materiality analysis.

A first impact is the uncertainty about distributional injustice between genders due to missing data. An initial analysis has shown that men currently earn 5.7 % more than women excluding bonuses. Of course, this does not align with our values. We are currently setting up an internal control system for this topic and deriving measures for improvement. We are working diligently to address this and strive to achieve pay equality in the future. Our benefits are available to all employees. The proportion of women in store management positions at our company is very low. We do not receive many female applications for these positions and would like to make the conditions for women in management positions more attractive and accessible to increase the proportion of female managers. Everyone should feel addressed by our communications. We created a guideline for gender-inclusive communication in German and are adapting all internal and external communication step by step accordingly. Our fourth impact is our low percentage of employees with disabilities; we will address this topic soon. Currently, our job postings do not specify that they address everyone. In the future, our postings will explicitly claim that we offer positions to all people, including people with disabilities.

At Bründl, respect is one of our core values and the basis for cooperation at eye level. A respectful environment allows equal opportunities for all employees. To be able to reconcile work life with private life, we have a progressive leave policy. In the recruitment process, new applicants are selected exclusively on the basis of their interpersonal skills and professional qualifications. Our team consists of people of different nationalities, and we have started to provide specific training and internal information in English.

STRATEGISCHE ZIELE

Um unsere Vision zu erreichen, haben wir uns Zwischenziele gesetzt. Bis 2023/24 führen wir ein internes System ein, mit dem wir kontrollieren können, ob Mitarbeitende bei gleicher Qualifikation und Position gleiche Gehälter beziehen und bis 2029/30 werden Verteilungsungleichheiten ausgeglichen. Bis 2023/24 wird jegliche Kommunikation nach innen und außen gendergerecht sein, damit sich alle gleich angesprochen fühlen. Wir möchten bis 2029/30 zehn Arbeitsplätze für Menschen mit Beeinträchtigung zur Verfügung stellen. Um mehr weibliche Bewerbungen für Shopleitungspositionen zu bekommen und damit den Anteil an Frauen in diesen Positionen zu erhöhen, wird bis 2023/24 analysiert, wie diese Stellen für Frauen attraktiver und zugänglicher gestaltet werden können.

STRATEGIC GOALS

To achieve our vision, we have set interim targets. By 2023/24 we will implement an internal system to monitor whether employees with the same qualifications and position receive equal salaries. By 2029/30 distribution inequalities will be equalized. By 2023/24 all internal and external communications in German will be gender-inclusive so that everyone feels equally addressed. We aim to offer at least ten positions for people with disabilities by 2029/30. In order to receive more female applicants for store management positions and thus increase the proportion of women in these positions, an analysis will be carried out by 2023/24 to determine how these positions can be made more attractive and accessible for women.

KPIs

BESCHÄFTIGUNGSKATEGORIEN
EMPLOYEE CATEGORIES

22/23

Geschäftsleitung Upper management	Weiblich Female	20 %
	Männlich Male	80 %
	<30 Jahre / years	0 %
	30 – 50 Jahre / years	40 %
	>50 Jahre / years	60 %
Führungskräfte Department/ store management	Weiblich Female	37 %
	Männlich Male	63 %
	<30 Jahre / years	13 %
	30 – 50 Jahre / years	60 %
	>50 Jahre / years	27 %
Mitarbeitende Employees	Weiblich Female	66 %
	Männlich Male	34 %
	<30 Jahre / years	28 %
	30 – 50 Jahre / years	50 %
	>50 Jahre / years	22 %
Lehrlinge Apprentices	Weiblich Female	30 %
	Männlich Male	70 %
	<30 Jahre / years	100 %
	30 – 50 Jahre / years	0 %
	>50 Jahre / years	0 %
Saisonkräfte Seasonal employees	Weiblich Female	29 %
	Männlich Male	71 %
	<30 Jahre / years	53 %
	30 – 50 Jahre / years	38 %
	>50 Jahre / years	9 %

ARBEITSVERTRÄGE
EMPLOYMENT CONTRACTS

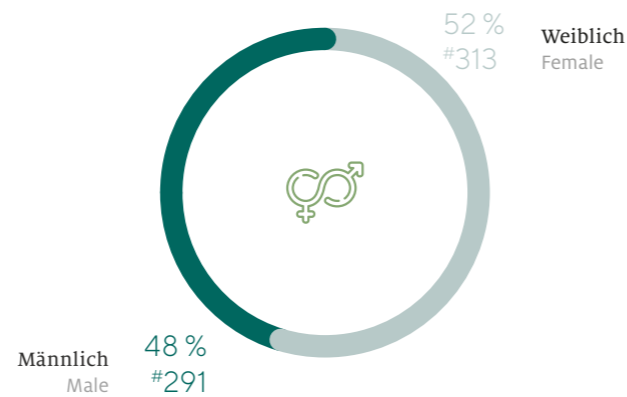
22/23

	Gesamt Total	Weiblich Female	Männlich Male
Unbefristete Permanent	437 72 %	255 42 %	182 30 %
Befristete Temporary	167 28 %	58 9 %	109 18 %
Teilzeit Part-time	204 34 %	157 26 %	47 8 %
Vollzeit Full-time	400 66 %	156 26 %	244 40 %

GESAMTBELEGSCHAFT
TOTAL WORKFORCE

22/23

Gesamt Total	604
Menschen mit Beeinträchtigung People with disabilities	3



SDGs



PROJEKTE
PROJECTS

B-Equal Team

Um Frauen bei Bründl Sports zu stärken, haben wir das B-Equal Team gegründet. Alle Mitarbeitende in unterschiedlichsten Positionen können sich dem Team anschließen und mitwirken. Alle zwei Monate finden Treffen statt, indem der Status quo überprüft sowie Initiativen und Projekte zur Inklusion und Stärkung der Frauen gestartet werden.



B-Equal Team

In order to empower women at Bründl Sports, we established the B-Equal Team. All employees from a wide range of positions can join the team and contribute. Meetings are held every two months to review the current situation and launch initiatives and projects for the inclusion and empowerment of women.



Leitfaden zur geschlechtergerechten Sprache

Menschen stehen bei uns im Mittelpunkt. Dabei liegt uns besonders am Herzen, dass sich durch unsere Kommunikation nach innen und außen alle gleichwertig angesprochen fühlen. Deshalb haben wir einen Leitfaden zur geschlechtergerechten Sprache erstellt. Schritt für Schritt werden unsere Kommunikationskanäle überarbeitet. Der Leitfaden hilft uns eine einheitliche und achtsame Kommunikation sicherzustellen. Darüber hinaus möchten wir auch unsere Stakeholder zur Verwendung einer inklusiven Sprache motivieren.

Guidelines for gender-sensitive language

People are at the center of everything we do. It is particularly important to us that everyone feels equally addressed in our internal and external communication. That is why we have developed guidelines for gender-sensitive language in German. Our communication channels are being revised step by step. The guidelines help us to ensure consistent and mindful communication. We also want to motivate our stakeholders to use inclusive language.



GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

HEALTH AND WELL-BEING

VISION 2030

Wir motivieren zur Bewegung und fördern die physische, mentale und emotionale Fitness unsere Mitarbeitenden. Die Bedürfnisse werden ernst genommen.

Wir sehen es als Teil unserer Verantwortung, dass wir alles tun, um die Vitalität unserer Mitarbeitenden sicherzustellen und Rahmenbedingungen zu schaffen, die sie dabei unterstützen gesund zu bleiben und im Fall einer Erkrankung schnellstmöglich wieder fit zu werden. Wir schaffen sichere Arbeitsplätze und bieten unseren Mitarbeitenden dadurch Stabilität.

Unsere Shops befinden sich an Standorten, an denen Wohnkosten teils sehr hoch sind. Durch faire und pünktliche Entlohnung möchten wir den finanziellen Druck unserer Mitarbeitenden reduzieren. Darüber hinaus bieten wir auch Wohnungen für Mitarbeitende und helfen, wenn möglich, bei der Wohnungssuche. Unser Arbeitsalltag ist von einer ausgeprägten saisonalen Schwankung geprägt und in den Hochsaisons kann es zu sehr stressigen Situationen kommen. Zusätzlich können natürlich auch private Angelegenheiten Stress auslösen. Beides kann bei unseren Mitarbeitenden zu einem erhöhten mentalen Druck führen. Wir haben für unsere Mitarbeitende stets ein offenes Ohr und stellen eine Vertrauensperson zur Verfügung, an die sich jede*r bei Sorgen und Problemen wenden kann.

Als Unternehmen mit dem Leitmotiv: *Wir Bewegen Menschen* ist es für uns selbstverständlich, dass wir uns um die körperliche, emotionale und mentale Gesundheit unserer Mitarbeitenden kümmern und diese fördern. Wir haben verschiedene Maßnahmen eingeführt, um den Bereich bestmöglich zu steuern. So bieten wir beispielsweise Rabatte für Mitgliedschaften in Fitnessstudios an, sind Partner des Fahrrad-Leasing-Programms JobRad und stellen sehr kostengünstig Skiausrüstung und Fahrräder zur Verfügung inklusive einiger Seilbahnkarten. Darüber hinaus können unsere Mitarbeitende Sportartikel zu speziellen Konditionen erwerben. Um die mentale Gesundheit zu fördern, bieten wir Achtsamkeitsseminare, Resilienztraining und Lebens-Coaching an.

VISION 2030

We motivate our people to be active and foster our employees' physical, mental, and emotional fitness. The needs of our employees are taken seriously.

We see it as part of our responsibility to do everything we can to ensure the vitality and health of our employees and to create framework conditions that enable them in staying healthy and getting fit again as quickly as possible in the event of illness. We offer secure jobs and thus offer our employees stability. Our stores are located in places where housing costs can be very high. We aim to reduce the financial pressure on our employees by paying them fairly and on time. We also provide housing for employees and, where possible, help them find accommodation. Our everyday working life is shaped by a distinct seasonal fluctuation and high stress situations can arise during the peak seasons. In addition, of course, private matters can also cause stress. Both can lead to increased mental pressure on our employees. We always have an open ear for our employees and have a designated team-member to whom employees can turn for support in case of problems or concerns.

As a company with the guiding principle: *We move people*, it goes without saying that we care about and promote the physical, emotional, and mental health of our employees. We have introduced various measures to manage this area as well as possible. For example, we offer discounts on gym memberships, are a partner in the JobRad bicycle purchasing/leasing program and provide free ski and half-priced bike rentals to employees. In addition, our employees can purchase sports equipment at special rates including lift passes. To promote mental health, we offer mindfulness seminars, resilience training, and life coaching.

Health and safety in the workplace are top priorities for us. For this reason, we have annual examinations of all sites carried out by consultants to identify potential weak points and implement appropriate measures. Our company physician evaluates health risks in the workplace on an annual basis.

Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz haben für uns höchste Priorität. Daher lassen wir jährliche Untersuchungen aller Standorte durch externe Unternehmen durchführen, um potenzielle Schwachstellen zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen umzusetzen. Unser Betriebsarzt evaluiert jährlich Gesundheitsrisiken am Arbeitsplatz. Sollten Arbeitsunfälle vorkommen, werden diese analysiert und dokumentiert, um präventive Maßnahmen zu ergreifen. Jeder Standort hat außerdem mindestens eine*n ausgebildeten Ersthelfer*in. Am Beginn eines jeden Arbeitsverhältnisses sowie mindestens einmal jährlich werden unsere Mitarbeitende über die Besonderheiten der Gebäude und mögliche Gefahrenquellen im Zusammenhang mit ihren Tätigkeiten informiert. Wir stellen sicher, dass all diese Maßnahmen in allen unseren Standorten wirksam umgesetzt werden.

If occupational accidents occur, they are analyzed and documented so that preventive measures can be taken. Each site also has at least one employee with first aid training. For new employees, and at least once a year for all employees, there are briefings about the special characteristics of the buildings in which they operate and possible sources of danger in connection with their work. We ensure that all these measures are effectively implemented at all our sites.



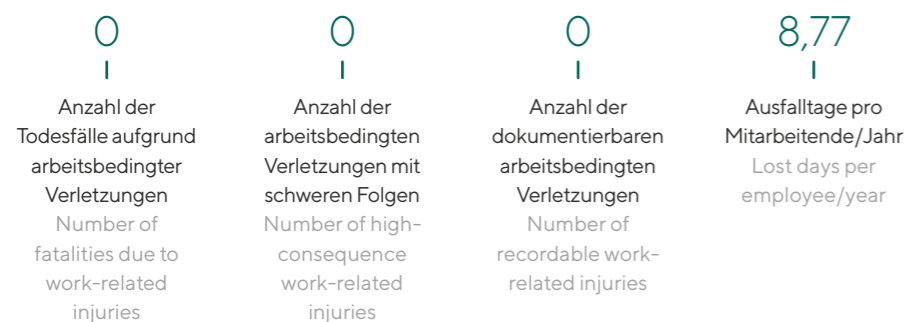
STRATEGISCHE ZIELE

Selbstverständlich streben wir an, dass es auch in der Zukunft zu keinen Arbeitsunfällen kommt. Wir möchten die mentale Gesundheit unserer Mitarbeitenden noch weiter fördern. Dafür prüfen wir derzeit verschiedene Optionen, um unser Angebot diesbezüglich zu erweitern.

STRATEGIC GOALS

We strive to ensure that also in the future no occupational accidents can occur. We would like to further promote the mental health of our employees. Therefore, we are currently reviewing various options to expand our offering.

KPIs



SDGs



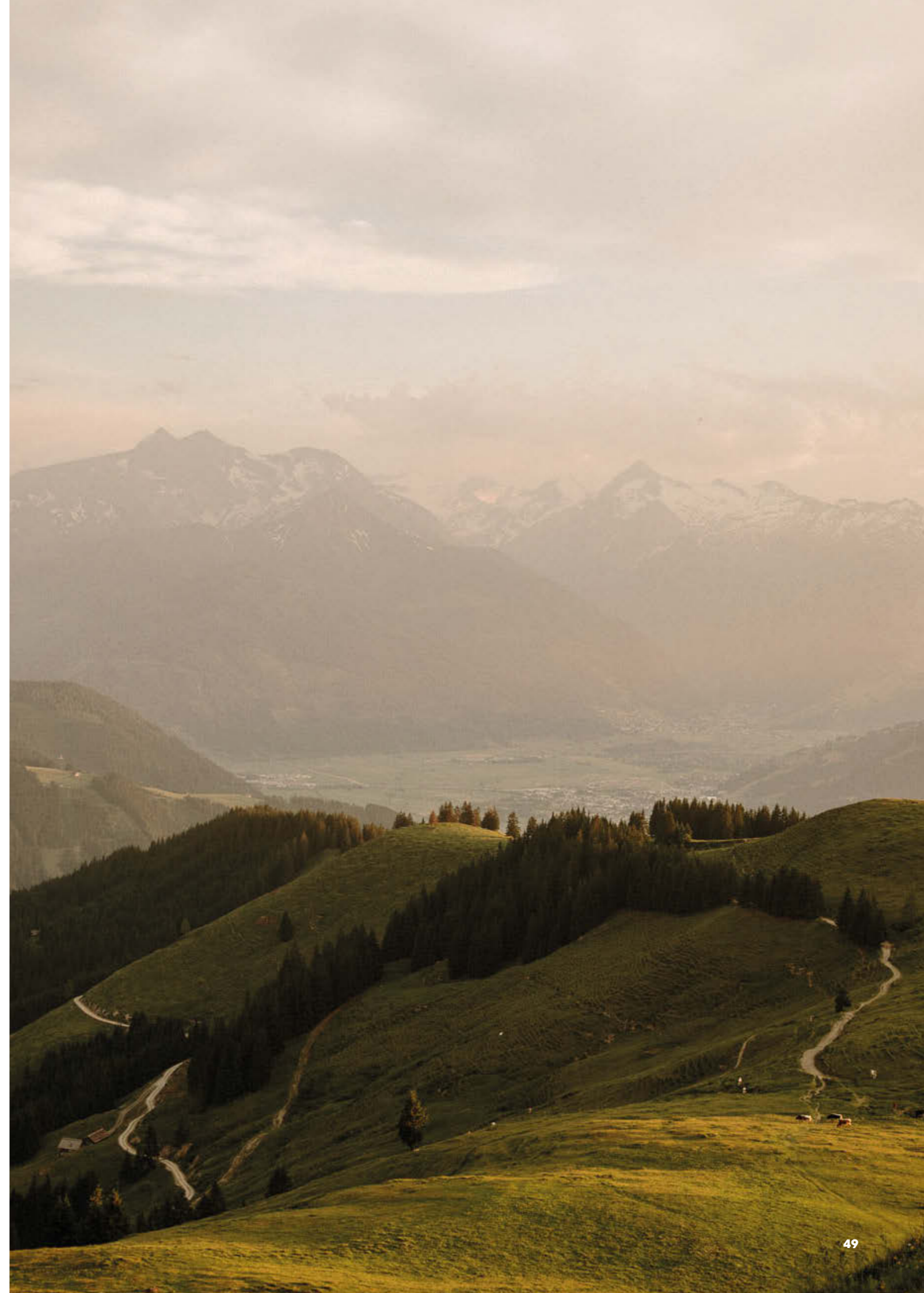
PROJEKTE PROJECTS

Wings for Life World Run

Jedes Jahr findet der Wings for Life World Run statt – ein Lauf, der weltweit an den unterschiedlichsten Plätzen gleichzeitig stattfindet und bei dem Spenden für die Forschung von Rückenmarksverletzungen gesammelt werden. Jedes Jahr motivieren wir so viele Personen wie möglich, Teil unseres *Teams Bründl* zu werden und am Lauf teilzunehmen. Um die Motivation weiter zu steigern, spendet Bründl für jeden *Team Bründl* gelaufenen Kilometer einen Euro. Im Jahr 2023 waren es gesamt € 2.000,00.

Wings for Life World Run

Every year, the Wings for Life World Run takes place. This is an event that takes place simultaneously in a wide variety of places around the world to raise funds for spinal cord injury research. Every year we motivate as many people as possible to become part of *Team Bründl* and participate in the run. To increase motivation even further, Bründl donates one euro for every *Team Bründl* kilometer run. In 2023 the total was € 2.000,00.





UMWELT ENVIRONMENT

**Wir kümmern uns um einen verantwortungsvollen
Umgang mit der Natur und allen Ressourcen.**

**We care about the responsible use of
nature and all resources.**



Abfall
Waste
52

Treibhausgasemissionen
Greenhouse Gas Emissions
58

ABFALL WASTE

VISION 2030

Wir sehen Abfall als Ressource und leisten unseren Beitrag in Richtung Zero Waste.

Durch unsere Geschäftstätigkeit und entlang der gesamten Wertschöpfungskette unserer Handelsware entsteht Abfall, der negative Auswirkungen auf die Umwelt hat. Auf den Abfall, der in der Produktion unserer Produkte entsteht, haben wir nur limitierten Einfluss. Direkten Einfluss haben wir auf den Abfall, der durch die Verpackung im Einkauf der Handelsware aufkommt und den Abfall, der in unserer Verwaltung produziert wird. Wir sind uns der Problematik des hohen Abfallaufkommens bewusst und arbeiten intensiv daran, sie zu verbessern. Wir haben unsere internen Prozesse überprüft und wo möglich digitalisiert, um den Papierabfall zu limitieren. Darüber hinaus bemühen wir uns, Abfall zu reduzieren und korrekt zu trennen, um sicherzustellen, dass er im Recyclingprozess bleibt. Wir arbeiten eng mit unseren Lieferenden zusammen, um das Abfallaufkommen zu reduzieren. Außerdem sind wir im Dialog mit Entsorgungsunternehmen, um sicherzustellen, dass unser Abfall optimal aufbereitet und recycelt wird.

Wir haben eine ausgebildete Abfallbeauftragte, die das Abfallmanagement koordiniert. Um ein Abfallmanagement im Unternehmen zu etablieren, haben wir eine externe Beratung beauftragt uns zu unterstützen.

Derzeit arbeiten wir aktiv daran, eine detaillierte Erfassung sämtlicher relevanter Daten in Bezug auf unsere Abfallströme und -mengen zu realisieren. Durch die Analyse dieser Daten können wir potenzielle Schwachstellen und Einsparungspotenziale identifizieren und geeignete Maßnahmen ergreifen, um unsere Abfallreduktionsziele zu erreichen.

Da sich unsere Shops in verschiedenen Regionen Österreichs befinden, gibt es teilweise unterschiedliche Entsorgungsprozesse. Zusätzlich fallen in jedem Shop unterschiedliche Arten und Mengen von Abfall an. Aus diesem Grund muss für jeden Shop ein individuelles Abfallkonzept erstellt werden. Für eine optimale Koordination des Prozesses wird in jedem Shop ein*e Abfallmanager*in ernannt, der/die für die Datensammlung und Umsetzung der Projekte verantwortlich ist. Die verantwortliche Person wird von der ausgebildeten Abfallbeauftragten eingeschult und gemeinsam werden Abfallkonzepte für den jeweiligen Shop erstellt. Zusätzlich können alle Mitarbeitende Ideen zur Abfallreduktion einreichen, die dann in unseren 2-monatigen B-Green Meetings diskutiert und, wenn sinnvoll, umgesetzt werden.

VISION 2030

We see waste as a resource and make our contribution towards zero waste.

Our business activities and the entire value chain of our products generate waste which has a negative impact on the environment. We only have limited influence on the waste generated in the production of our products. However, we do have a direct influence on the waste generated by the packaging used in the purchase of merchandise and the waste produced in our administration. We are aware of the problem of the high volume of waste generated by our operations and are working hard to improve it. We have reviewed and digitized our internal processes where possible to limit paper waste. We also strive to reduce and properly separate waste to ensure it remains in the recycling process. We work closely with our suppliers to reduce waste generation. We are also in dialog with waste management companies to ensure that our waste is optimally processed and recycled.

We have a trained waste officer who coordinates waste management. In order to establish waste management in the company, we have commissioned an external consultancy to support us.

We are currently working actively to implement detailed recording of all relevant data relating to our waste streams and volumes. By analyzing this data, we can identify potential weak points as well as potential savings and take appropriate measures to achieve our waste reduction targets.

Since our stores are located in varying communities and regions of Austria, there are some differences in disposal processes in each location. Additionally, different types and quantities of waste are generated in each store. For this reason, an individual waste concept must be created for each store. For optimal coordination of the process, a waste manager is appointed in each store who is responsible for data collection and implementation of the projects. The responsible person is coached by the waste manager with whom a waste management concept is created for every respective store. In addition, all employees can submit ideas for waste reduction, which are then discussed in our B-Green meetings. If these ideas are sensible and feasible, they are implemented.



STRATEGISCHE ZIELE
 Unser Abfallaufkommen soll bis 2029/30 um 15 % reduziert werden auf Basis von 2022/23.

STRATEGIC GOALS
 The aim is to reduce our waste volume by 15 % by 2029/30 with the year 2022/23 as a baseline.

SDGs





ZERO WASTE - WAS BEDEUTET DAS?

Das Grundprinzip von Zero Waste ist Müll erst gar nicht entstehen lassen beziehungsweise auf ein Minimum zu reduzieren. Der Zero-Waste-Ansatz ist Kern einer Kreislaufwirtschaft. Auch Bründl hat eine eigene Strategie für Kreislaufwirtschaft, die wir auf Seite 72 vorstellen.

ZERO WASTE - WHAT DOES THIS MEAN?

The basic principle of zero waste is to prevent waste from being generated in the first place or to reduce it to a minimum. The zero-waste approach is the core of a circular economy. Bründl also has its own strategy for the circular economy, which we present on page 72.

**ABFALLKATEGORIEN UND ENTSORGUNGSARTEN
WASTE CATEGORIES AND DISPOSAL TYPES**

22/23

Kunststoffe Plastics	Recycling Recycling	13,7 t
Restmüll Residual waste	Verbrennung mit Energierückgewinnung Incineration with energy recovery	36,2 t
Sonstige gefährliche Abfälle Hazardous waste	Verbrennung Incineration	6,6 t
E-Schrott Waste Electrical and Electronic Equipment	Wiederverwendung am Standort On-site reuse	0,7 t
	Wiederverwendung außerhalb des Standortes Off-site reuse	0,7 t
Altpapier Waste paper	Recycling außerhalb des Standortes Off-site recycling	17,0 t
Karton Cardboard	Recycling außerhalb des Standortes Off-site recycling	62 t
Bioabfall Organic waste	Vergärungsanlage Fermentation plant	3,7 t
Altmittel Scrap metal	Recycling Recycling	0,7 t
Altglas Waste glass	Recycling Recycling	14,3 t
Altholz Waste wood	Verbrennung mit Energierückgewinnung Incineration with energy recovery	1,6 t
Li-ion Batterien Li-ion batteries	Aufbereitung Recovery	0,3 t
Leuchtmittel Light bulbs	Aufbereitung Recovery	0,1 t
Sperrmüll Bulky waste	Verbrennung mit Energierückgewinnung Incineration with energy recovery	12,7 t
Gesamt Total		169,8 t

PROJEKTE PROJECTS

Datenerfassung

Eine detaillierte Datengrundlage ist die Basis. Das Projekt zur Datenerfassung konzentriert sich auf die Implementierung eines Systems zur Erhebung des Abfallaufkommens und der Entsorgungsströme.

Neben der Datenerfassung und der Reduktion des Abfallaufkommens, steht auch die richtige Trennung im Mittelpunkt. Unsere Mitarbeitenden werden laufend über Änderungen und den Fortschritt der Abfallverringerung informiert und dadurch sensibilisiert und geschult. Weiters arbeiten wir mit unseren Entsorgungsunternehmen eng zusammen, um den Abfall bestmöglich zu trennen und für die Abholung aufzubereiten.



Data collection

Detailed data is our basis. The data collection project focuses on the implementation of a system to collect data on the volume of waste generated in the company as well as documentation of all the disposal methods.

In addition to data collection and waste reduction, we also focus on sorting. Our employees are held up to date with local legislation regarding waste management. Furthermore, we work closely with our waste disposal companies to separate waste in the best possible way and prepare it for collection.

Austausch mit Liefernden

Verpackungsabfall, der durch die Anlieferung der Hardware entsteht, können wir nur gemeinsam mit unseren Liefernden reduzieren. Deshalb sind wir im engen Austausch und sensibilisieren dahingehend. Neben Stakeholder Dialogen, notieren wir beispielsweise Anlieferungen mit besonders viel Plastikverpackung und kontaktieren die Liefernden gezielt.

Cooperation with suppliers

We can only reduce packaging waste generated by the delivery of goods by working together with our suppliers. That is why we are in close contact with our suppliers and work on solutions with them. We also keep track of deliveries with a particularly large amount of plastic packaging and contact the corresponding suppliers to discuss the delivery.



Abfall als Ressource

Wir haben mehrere Partnerschaften mit regionalen Unternehmen, die Abfall in eine Ressource verwandeln. Wir kaufen keine Kartons, sondern beziehen sie alle aus zweiter Hand von einer regionalen Molkerei. Unser Styropor wird nicht weggeworfen oder recycelt, sondern von einem lokalen Bauunternehmen zur Isolierung von Gebäuden wiederverwendet. In unseren Geschäften sammeln sich immer mehr ausgediente Skischuhe an. Deshalb sind wir besonders stolz darauf, mit unserem Partner Atomic an einem Projekt zu arbeiten, das darauf abzielt, neue Skischuhe aus alten Skischuhen herzustellen. Alte Skischuhe werden dabei in ihre Rohmaterialien zerlegt, das gewonnene Plastik technisch verarbeitet und in der Produktion zur Herstellung neuer Skischuhe eingesetzt. Diese Projekte reduzieren Abfall, Kosten und den Bedarf an neuen Materialien.

Waste as a resource

We have multiple partnerships with regional companies that turn waste into a resource. We do not purchase any cardboard boxes; we get all our cardboard boxes second-hand from a regional dairy. Our styrofoam is not thrown away or recycled, but instead reused by a local construction company to insulate buildings. End-of-life stage ski boots accumulate in our shops at a significant rate, so we are especially proud to be working with our partner Atomic on their project attempting to create new ski boots from old ski boots. Old ski boots are broken down into their raw materials, the plastic obtained is technically processed and used in the production of new ski boots. These projects reduce waste, costs, and demand for new materials.

ATOMIC

TAKE BACK PROGRAMM – SKISCHUH RÜCKNAHME

Anfang 2023 veröffentlichte Atomic seinen ersten jährlichen Klimaschutzbericht und setzt sich damit öffentlich für die Umweltverantwortung und Transparenz ein. Atomic ist bestrebt seine CO₂-Emissionen bis 2030 um 50% pro Produkt zu reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, benötigt es alternative Quellen für recycelte Materialien. Ausgediente Skischuhe sind eine vielversprechende Bezugsquelle für recyceltes Material, um daraus neue Skischuhe mit hoher Performance und geringerem Umweltausdruck herzustellen. Durch die Nutzung dieser Ressource kann Atomic gemeinsam mit euch einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft der Skiindustrie leisten.

UND SO FUNKTIONIERT ES

1. Alte Skischuhe sammeln
2. Innenschuh vom Außenschuh trennen
3. Termin vereinbaren
4. Wir holen die alten Skischuhe inklusive Innenschuhe direkt in deinem Geschäft ab
5. Typ, Marke und Zustand spielen keine Rolle
6. Wir bieten euch gerne Marketingmaterialien an, mit denen ihr eure Kunden über diese Initiative informieren könnt

ODER:

1. Falls du in der Nähe unseres Headquartiers in Altenmarkt bist, besteht auch die Möglichkeit alte Skischuhe direkt bei uns in den Containern abzugeben. Damit werden CO₂-Emissionen einer zusätzlichen Fahrt durch eine Abholung eingespart.

KONTAKT FÜR EINE SKISCHUH ABHOLUNG:
Patrick Kronberger
Product Lifecycle Expert
P: +43 664 400 3156
Patrick.Kronberger@atomic.com

STANDORT CONTAINER
Die Container befinden sich auf der Ostseite des Geländes, an der Atomic Straße. Die Zufahrt erfolgt über die Lackengasse.

Wichtig: Der Innenschuh muss vom Außenschuh getrennt in die jeweils dafür vorgesehenen Container gegeben werden.

Vielen Dank, dass Sie sich mit uns für die Nachhaltigkeit in der Skiindustrie einsetzen.

TREIBHAUSGASEMISSIONEN

GREENHOUSE GAS EMISSIONS

VISION 2030

Wir messen in allen Geschäftsbereichen unseren CO₂e Fußabdruck und reduzieren diesen stetig, im Einklang mit den nationalen und internationalen Klimazielen.

Die vom Menschen verursachte Klimakrise stellt uns alle vor eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Jede*r von uns trägt die Verantwortung, einen Teil dazu beizutragen die Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Auch wir haben unsere Geschäftstätigkeiten entsprechend analysiert und diesbezüglich die größten negativen Auswirkungen identifiziert.

Für den Großteil unserer Heizungen verwenden wir fossile Brennstoffe. Wir prüfen derzeit die Möglichkeiten für einen Umstieg auf erneuerbare Alternativen. An 28 unserer 31 Standorten sind wir allerdings in Miete und haben nur begrenzten Einfluss. Diesbezüglich sind wir im Austausch mit unseren Vermietenden und versuchen gemeinsam Lösungen zu finden.

Durch unsere großen Shop- und Lagerflächen ist der erhöhte Energieverbrauch ein wichtiger Faktor. Wir beziehen bereits Strom aus erneuerbaren Quellen und prüfen laufend Reduktionsmaßnahmen, um unsere Energieeffizienz zu steigern und damit den Energieverbrauch zu reduzieren. Da wir derzeit nur eine geringe Menge an selbst produziertem Strom aufweisen können, sind wir stark von unseren Stromliefernden abhängig. Wir haben bereits am Standort unseres Flagship Stores und in unserem Service Center in Kaprun Photovoltaikanlagen (PV-Anlagen) installiert und prüfen derzeit, ob wir auch an anderen Standorten PV-Anlagen anbringen können.

Die Logistik stellt ein weiteres Potential für die Reduktion unseres CO₂e-Fußabdruckes dar. Unser Zentrallager ist in Kaprun und Handelsware wird von dort an die Shops geliefert. Durch Umlagerungen zwischen den Shops und Nachlieferungen während der Saison kommt es zu einem erhöhten

VISION 2030

We measure our carbon footprint in all business areas and are steadily reducing it in accordance with national and international climate targets.

The human-induced climate crisis presents us all with one of the greatest challenges of our time. Each one of us has a responsibility to do our part to reduce greenhouse gas emissions. We have also analyzed our business activities accordingly and identified the greatest negative impacts in this regard.

We use fossil fuels for most of our heating. We are currently reviewing options for switching to renewable alternatives. However, we lease the buildings in 28 of our 31 sites and have only limited control over the heating systems and buildings in general. In this regard, we are in exchange with our landlords and are trying to find solutions together.

Due to our large stores and warehouse, high energy consumption is an important factor. We already purchase 100 % of our electricity from renewable sources and are constantly looking at reduction measures to increase our energy efficiency and thus reduce energy consumption. Because we currently have only a small amount of self-generated electricity, we are heavily dependent on our electricity suppliers. We have installed photovoltaic (PV) systems at the location of our flagship store and at our service center in Kaprun and are currently examining whether we can also install PV systems at other locations.

Our logistics represent big potential for the reduction of our carbon footprint. Our central warehouse is in Kaprun, from which our goods are delivered to our stores. Due to goods transfers between the stores and many deliveries during the high seasons, there is a high volume of products being moved within the company. For economic reasons our company-owned vehicle fleet currently consists of vehicles with combustion engines. We are constantly trying to optimize the management of goods so that unnecessary and avoidable trips are reduced to a minimum.

Logistikaufkommen. Unser unternehmenseigener Fuhrpark besteht derzeit aus wirtschaftlichen Gründen aus Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren. Wir versuchen die Warensteuerung laufend zu optimieren damit die Zusatzfahrten auf ein Minimum reduziert werden können. Wir evaluieren den Ankauf unserer ersten Fahrzeuge mit alternativen Antrieben.

Wir berechnen jährlich unsere Treibhausgasemissionen damit wir die größten Hebel zur Reduktion identifizieren können und ersichtlich wird, ob unsere Reduktionsmaßnahmen greifen. Die Berechnung wird gemäß des Greenhouse Gas Protokolls durchgeführt. Oberstes Ziel ist es, Emissionen zu reduzieren bzw. überhaupt zu vermeiden. Jene, die nicht reduziert werden können, werden kompensiert. Kompensieren bedeutet ein freiwilliger Kostenbeitrag in Projekte zur Förderung von Klimaschutz. Wir möchten vor allem auch unsere Mitarbeitenden in den Prozess der Datenerfassung und der Reduktion einbinden. Deshalb werden zur Datenerfassung Mitarbeitende aus den verschiedenen Teams miteingebunden. Jede*r kann über unser digitales Tool *Confluence* Ideen zur Reduktion einreichen, die im Anschluss evaluiert und umgesetzt werden. Von den dort 185 erfassten Nachhaltigkeitmaßnahmen, zählt ein wesentlicher Teil auf die Reduktion der Treibhausgase ein.

Wir sind uns bewusst, dass ein beträchtlicher Teil unserer Treibhausgasemissionen durch Neu- und Umbauten entsteht. Aus diesem Grund setzen wir auf nachhaltigen Innenausbau und die Wiederverwendung von Materialien beim Umbau unserer Shops.

Außerdem sind wir Teil von verschiedenen Initiativen, die sich für den Klimaschutz einsetzen. Wir sind der Überzeugung, dass nur durch gemeinsames Handeln und Kooperationen eine Verbesserung möglich ist.

We are also evaluating options for the purchase of our first non emitting vehicles.

We calculate our greenhouse gas emissions annually so that we can identify the greatest levers for reduction and see whether our reduction measures are effective. The calculation is carried out in accordance with the Greenhouse Gas Protocol. The primary goal is to reduce emissions or avoid them altogether. Those that cannot be reduced are offset. Offsetting means a voluntary cost contribution to projects that promote climate protection. We involve our employees in the process of data collection and reduction. Anyone can submit ideas for reduction via our digital tool *Confluence*, which are then evaluated and implemented. Of the 185 measures recorded there, a significant proportion contribute to the reduction of greenhouse gases.

We are aware that a considerable percentage of our greenhouse gas emissions are caused by construction of new buildings and renovations. To reduce our emissions, we focus on sustainable interior design and the reuse of materials when building new stores and remodeling our existing stores.

We are also part of various initiatives that are committed to climate protection. We are convinced that progress is only possible through joint action and cooperation.

KPIs

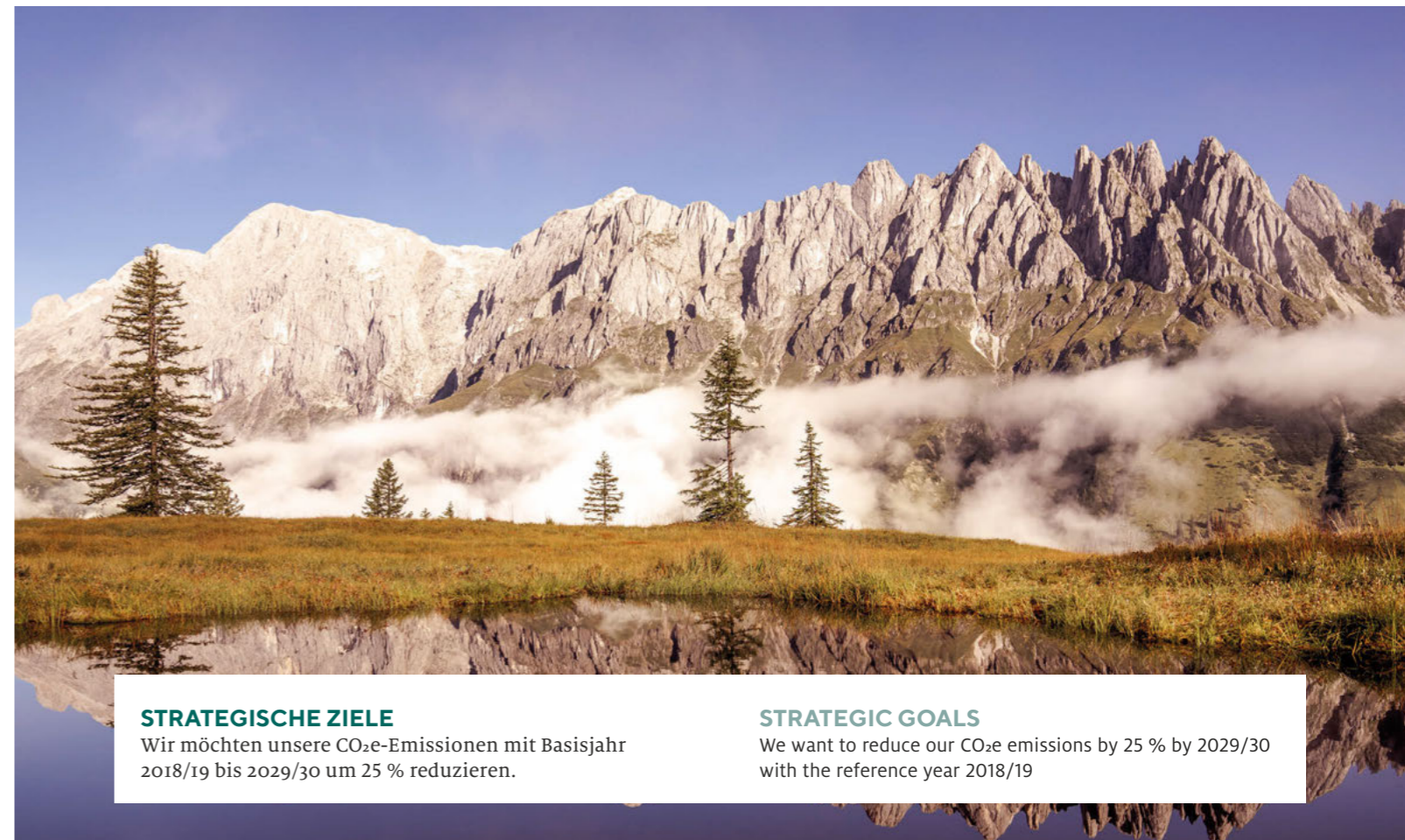
CO₂e EMISSIONEN*

	22/23
Scope 1	990 tCO ₂ e
Scope 2	45 tCO ₂ e
Scope 3**	641 tCO ₂ e
Gesamt Total	1.676 tCO₂e
Intensität der Treibhausgasemissionen*** Greenhouse Gas Emissions Intensity***	3,8 tCO ₂ e/P.

SDGs



* Beinhaltet eine Sicherheitsmarge von 10 % da einige Daten geschätzt werden mussten.
 **im Scope 3 wurden folgende Kategorien berücksichtigt: Geschäftsreisen, Pendelwege, Homeoffice Tage, Materialien (Papierrollen, Skiwachs, Einkaufstaschen, Kleiderbügel, Elektronische Geräte inklusive Handys, Druckpapier), Wasser, Abfall.
 ***Der organisationsspezifische Parameter (Nenner) ist die Zahl an Mitarbeitende. Ohne Saisonkräfte.
 * Includes a 10 % margin for error due to some data estimations.
 **The following categories were taken into account in scope 3: Business trips, commuting, home office days, materials (paper rolls, ski wax, shopping bag, clothes hangers, electronic devices including mobile phones, printing paper), water, waste.
 ***The organisation-specific parameter (denominator) is the number of employees. Excluding seasonal workers.



STRATEGISCHE ZIELE

Wir möchten unsere CO₂e-Emissionen mit Basisjahr 2018/19 bis 2029/30 um 25 % reduzieren.

STRATEGIC GOALS

We want to reduce our CO₂e emissions by 25 % by 2029/30 with the reference year 2018/19

PROJEKTE PROJECTS



Verwendung von Recyclingpapier

Wir haben unsere Druckerzeugnisse auf Recyclingpapier umgestellt und arbeiten größtenteils mit umweltzertifizierten Druckereien zusammen. Zudem haben wir unsere Plastikeinkaufstaschen durch Taschen aus Recyclingpapier ersetzt. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, unseren CO₂e-Fußabdruck zu reduzieren und den Verbrauch von Plastik zu verringern. Das Bründl-Buch #6 wurde nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip und auf PEFC-zertifiziertem Papier gedruckt.

Use of recycled paper

We have switched our print products to recycled paper and work largely with printing companies who have certifications regarding sustainable production. We have also replaced our plastic shopping bags with bags made of recycled paper. These measures help to reduce our carbon footprint and reduce the use of plastic. The Bründl Book #6 was printed according to the cradle-to-cradle principle and on PEFC-certified paper.



Nachhaltige Bewirtung der Gäste in den Shops

Wir sorgen für eine nachhaltige Bewirtung der Kundschaft, indem wir schrittweise alle Lebensmittel durch gesunde und nachhaltige Alternativen ersetzen. In unseren Shops wird auf Plastikflaschen verzichtet und wir stellen, vorwiegend durch Trinkbrunnen, wiederverwendbare Alubecher und Leitungswasser zur Verfügung. Wir sensibilisieren diesbezüglich laufend unsere Mitarbeitenden und die Shopleitung damit wir gemeinsam unseren Fußabdruck verringern können.

Sustainable hospitality in our stores

We ensure sustainable hospitality in our stores by gradually replacing all food with healthy and sustainable alternatives. We do not use plastic bottles in our stores and provide reusable aluminium cups and tap water drinking fountains. We continuously raise awareness among our employees and store management so that we can reduce our footprint together.



Energieeffizienz

Im Rahmen unserer Strategie zur Energiereduktion haben wir bereits 90 % der Flächenbeleuchtung auf LED umgestellt. Wir legen bei Wartungs- und Instandhaltungsprozessen besonderen Wert auf Energieeffizienz. Zusätzlich haben wir in manchen Standorten angefangen diese Prozesse zu digitalisieren, damit alle beteiligten Mitarbeitenden Einblick in die Steuerung haben und wir haben eine Energierichtlinie.

Energy efficiency

As part of our energy reduction strategy, we have already converted 90 % of our company-wide lighting to LED. We place particular emphasis on energy efficiency in maintenance and servicing processes. In addition, we have digitized these processes in some stores so that all employees involved have insight into the control system and we have an energy guideline.

Nachhaltige Neu- und Umbauten

Unser im Oktober 2021 neu eröffneter Flagship Store in Kaprun wurde von der österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI) mit Platin und Kristall ausgezeichnet. Bründl ist damit der erste Sporthändler in Österreich, der dieses wertvolle europäische Nachhaltigkeitszertifikat „Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen“ (DGNB) der ÖGNI entgegennehmen darf. Das Qualitätszertifikat bewertet Gebäude nicht nach Einzelkriterien, sondern immer nach deren Gesamtperformance: Ökologie, Ökonomie und Soziales werden gleich hoch bewertet. Bei Umbauten unserer Shops achten wir im Sinne der Kreislaufwirtschaft besonders auf die Wiederverwendung von Materialien.



Sustainable new buildings and conversions

Our flagship store in Kaprun, which was re-opened after renovation and expansion in October 2021, was awarded Platinum and Crystal honours by the Austrian Sustainable Building Council (ÖGNI). Bründl is hereby the first sports retailer in Austria to receive the significant European sustainability certificate "German Sustainable Building Council" (DGNB) from the ÖGNI. The certificate of quality does not evaluate buildings according to a single criteria, but rather according to their overall performance: ecology, economy and social aspects are given equal weight. When remodeling our stores, we pay particular attention to the reuse of materials in the spirit of the circular economy.

NET ZERO - WAS BEDEUTET DAS?

Um die globalen Temperaturen zu stabilisieren, müssen laut dem Weltklimarat (IPCC) die Nettoemissionen auf null reduziert werden. Netto-Null bedeutet, dass alle durch Menschen verursachten Treibhausgas-Emissionen durch Reduktionsmaßnahmen reduziert werden müssen und die nicht vermeidbaren Emissionen durch Treibhausgassinken ausgeglichen werden. Diese Senken können CO₂ aufnehmen und speichern und können natürlich, wie beispielsweise durch die Aufforstung von Moorböden, oder künstlich, zum Beispiel durch Carbon Capture and Storage (CCS) ein. CCS bezeichnet die Abscheidung und Speicherung von Kohlendioxid.

NET ZERO - WHAT DOES THIS MEAN?

To stabilize global temperatures, net emissions must be reduced to zero, according to the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). Net zero means that all man-made greenhouse gas emissions must be reduced through mitigation measures, and the emissions that cannot be avoided must be offset by greenhouse gas sinks. These sinks can capture and store CO₂ and can be natural, such as through the reforestation of peat soils, or artificial, such as through Carbon Capture and Storage (CCS). CCS refers to the capture and storage of carbon dioxide.





UNTERNEHMENS- FÜHRUNG GOVERNANCE

**Als Familienunternehmen in 2. Generation
fokussieren wir uns auf nachhaltige
Unternehmensführung und investieren in die Zukunft.**

**As a 2nd generation family business, we focus on sustainable
governance and invest in the future.**



Soziale und ökologische Auswirkungen der Handelsware und Lieferkette
Social and Environmental Impacts of Purchased Goods and Supply Chain
64

Wirtschaftliche Leistung
Economic Performance
70

SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DER HANDELSWARE UND DER LIEFERKETTE

SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACTS OF PURCHASED GOODS AND SUPPLY CHAIN

VISION 2030

Wir bieten unseren Gästen bedenkenlose Einkaufserlebnisse mit hauptsächlich B-Green Logo Produkten. Wir arbeiten vor allem mit Liefernden zusammen, die zukunftsfähige Nachhaltigkeit leben und bevorzugen regionale Unternehmen.

Durch den Einkauf und Verkauf unserer Handelsware sehen wir uns in der Verantwortung gegenüber unserer Kundschaft und setzen uns dafür ein, dass die Ware unter sozial- und tierwohlgerechten sowie umweltbewussten Faktoren produziert werden. Mit unseren Pflichtenheft für Liefernde bestimmen wir die Mindestanforderungen an sozialen und ökologischen Standards, die unsere Liefernden erfüllen müssen und bevorzugen Liefernde mit starkem Fokus auf Nachhaltigkeit. Durch eine enge Zusammenarbeit mit unseren Liefernden findet ein gegenseitiger Wissensaustausch statt. Darüber hinaus fördern wir nachhaltige Produkte durch eine bewusste Auswahl an Liefernden.

Wir sind uns dessen bewusst, dass die Produktion von Handelswaren negative Auswirkungen auf die Umwelt hat. Insbesondere einige der in den Waren verwendeten Rohstoffe sowie der Produktionsprozess selbst erfordern teilweise einen hohen Wasserverbrauch und den Einsatz anderer Ressourcen wie Energie und fossile Rohstoffe. Darüber hinaus ist der Produktionsprozess auch mit einer großen Logistikkette verbunden. Obwohl wir unseren CO₂e-Unternehmensfußabdruck berechnen, sind wir derzeit nicht in der Lage, die CO₂e-Emissionen unserer Handelswaren zu berücksichtigen, da uns hierzu die Daten fehlen. Wir sind uns jedoch bewusst, dass der gesamte Lebenszyklus der Waren einen großen CO₂e-Fußabdruck hinterlässt und gehen davon aus, dass

VISION 2030

We offer our customers a carefree shopping experience with predominantly B-Green logo products. We mainly work with suppliers with sustainable business practices and give preferences to local companies.

With the purchase and distribution of our products, we feel a responsibility towards our customers and are committed to ensuring that our products are produced in a socially and environmentally responsible manner. This commitment also includes animal welfare. With our supplier code of conduct, we define the minimum social and environmental standards that our suppliers must meet and give preference to suppliers with a strong performance in these topics. We cooperate closely with our suppliers and continue to broaden our knowledge base on these very important and complex topics. We promote sustainable products through conscious supplier selection.

We are aware that the production of goods has a negative impact on the environment. Some of the raw materials used in the goods, as well as the production process itself, often require high water consumption and high energy such as electricity and fossil resources. Emissions are also caused by logistics involved in the production process. Although we calculate our corporate carbon footprint, we are currently unable to take into account the carbon emissions of our supply chain as we lack the data to do so. However, we are aware that the entire life cycle of goods leaves a large carbon footprint and expect our upstream emissions to account for the largest share of our GHG footprint. Our supplier code of conduct, our conscious selection of suppliers, and our close cooperation with our suppliers help us to reduce our negative impact.

KPIs

KPIs	22/23
Anteil der Liefernden mit unterschriebenen Pflichtenheft für Liefernde Percentage of all suppliers with signed supplier code of conduct	32 %
Anteil des Einkaufswerts mit unterschriebenen Pflichtenheft für Liefernde Percentage of purchase volume with signed supplier code of conduct	58 %
Anteil der Marken mit B-Green Logo Percentage of all brands with B-Green logo	12 %
Anteil des Einkaufswerts mit B-Green Logo Percentage of purchase volume with B-Green logo	15 %

SDGs



STRATEGISCHE ZIELE

Unser Ziel ist es, dass bis 2029/30 90 % unserer Liefernden das Pflichtenheft unterzeichnet haben oder durch Zertifizierungen nachweisen können, dass sie einen mindestens gleichwertigen Standard einhalten können. Es ist auch unser Ziel, dass bis 2029/30 mindestens 50 % unserer Marken das B-Green Logo haben.

STRATEGIC GOALS

Our goal is to have 90 % of our suppliers sign our code of conduct it by 2029/30 or to be able to demonstrate through certification that they can meet standards that are at least equivalent to those set in our standards. We also aim to have at least 50 % of brands in our stores equipped with the B-Green logo by 2029/30.

dieser Bereich den größten Anteil an unserer Treibhausgasbilanz ausmacht. Unser Pflichtenheft für Liefernde die bewusste Auswahl an Liefernde und die enge Zusammenarbeit mit unseren Liefernde helfen uns unsere negativen Auswirkungen zu reduzieren.

Die Handelsware kann nach dem Verkauf während ihrer Verwendung und am Ende des Lebenszyklus negative Umweltwirkungen haben. Deshalb bemühen wir uns, unsere Kundschaft zu sensibilisieren und sie auf die sorgsame Verwendung und Entsorgung unserer Produkte aufmerksam zu machen. Darüber hinaus bieten wir verschiedene Initiativen an, wie beispielsweise den Bringer-Bonus, eine Möglichkeit bei dem man alte Räder, Skier, Skischuhe oder Skihelme zu uns bringen und gegen attraktive Bründl Sports Einkaufsgutscheine eintauschen kann und unsere Schneiderei, um den Lebenszyklus der Produkte zu verlängern.

Wir haben neben unserem Pflichtenheft für Liefernde eine Bewertungsmatrix entwickelt, die uns dabei unterstützt, alle Liefernde nach ökologischen und sozialen Kriterien zu bewerten. Besonders umweltfreundliche und sozialverantwortliche Marken werden mit dem B-Green Logo für besonders nachhaltige Marken gekennzeichnet und erhalten dadurch im Verkauf, in der Darstellung in den Shops und in der Kommunikation einen besonderen Stellenwert. Sowohl das Pflichtenheft für Liefernde als auch die Bewertungsmatrix werden von uns regelmäßig auf Aktualität überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Für die Koordination ist unser Einkaufsteam zuständig, das auch regelmäßig geschult wird. Unsere Verkaufsmitarbeitende werden regelmäßig zum B-Green Logo geschult.

In unserem Restaurant Weitblick im Bründl Sports Flagshipstore setzen wir auf ein nachhaltiges Gastronomiekonzept mit biologischen, saisonalen, regionalen kulinarischen Köstlichkeiten. Die Rohstoffe werden hierfür von unseren regionalen Partnerbetrieben bezogen. Auch auf gesunde Kost wird besonders geachtet (z.B. Zucker- und Fettreduktion). Die Bekleidung der Mitarbeitenden ist von nachhaltigen Herstellern und Abfallvermeidung steht auf der Tagesordnung.

Bei Um- und Neubauten unserer Shops arbeiten wir mit lokalen Handwerksbetrieben zusammen und beziehen bevorzugt regionale Materialien um die Transportwege so kurz wie möglich zu halten und die Betriebe in unseren Regionen zu unterstützen.

In Bezug auf unsere Lieferkette und Handelsware sehen wir zwei wesentliche Risiken. Die Lieferketten sind aufgrund von geopolitischen, Umwelt- und Sozialfaktoren labil und wir stehen immer wieder vor der Herausforderung von Lieferengpässen. Auch die Produktkosten können in Zukunft noch weiter ansteigen. Beides kann unseren Ertrag beeinflussen und wird von uns intensiv überwacht. Wir sind auch im engen Austausch mit unseren sehr langfristigen Liefernden um im Fall frühzeitig reagieren zu können.

Products can also have a negative environmental impact after we sell them, namely during their use and end-of-life phases. We strive to raise awareness among our customers about sensible use and disposal of our products. We offer various initiatives such as the Bringer Bonus which is a program for customers to bring old bikes, skis, ski boots, or ski helmets to us and exchange them for Bründl Sports vouchers. We also have an in-house tailor who repairs items to extend their product life cycle.

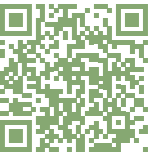
In addition to our supplier code of conduct, we have developed an evaluation matrix to help us assess each supplier according to environmental and social criteria. Particularly environmentally friendly and socially responsible brands are marked with our B-Green logo for especially sustainable brands and are thus given a special status at the point of sale as well as in communication with other stakeholders. We regularly review both the supplier specifications and the evaluation matrix to ensure that they are up to date and improve them whenever possible. Our purchasing department is responsible for our supplier relations including the topic of sustainability.

In our restaurant Weitblick in the Bründl Sports flagship store, we focus on a sustainable cuisine concept with seasonal, regional, and certified organic food. Ingredients are sourced from our regional partner businesses. Special attention is also paid to cooking healthy food with low sugar and fat content. Weitblick employee clothing is from sustainable manufacturers and a waste management system is in place.

When renovating, expanding, and building new stores, we work together with local businesses and prefer to source regional materials in order to keep transport distances as short as possible and to support local businesses.

We see two main risks in relation to our supply chain and purchased goods. The supply chains are unstable due to geopolitical, environmental and social factors and we are constantly faced with the challenge of supply bottlenecks. Product costs may also continue to rise in the future. Both of these factors can affect our revenue and we monitor them closely. We are also in close contact with our very long-term suppliers in order to be able to react at an early stage if necessary.

PROJEKTE PROJECTS



Bewertungsmatrix und B-Green Logo für besonders nachhaltige Marken

Wir wollen unserer Kundschaft unterstützen, wenn sie besonders nachhaltige Produkte kaufen wollen. Deshalb haben wir unser B-Green Logo entwickelt. Marken werden anhand einer speziellen Bewertungsmatrix nach sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien bewertet und die Marken mit einem besonders guten Ergebnis bekommen das Logo. Die Bewertungsmatrix wird laufend weiterentwickelt und unsere Mitarbeitenden dazu geschult. Du willst mehr wissen:

Evaluation matrix and B-Green logo for especially sustainable brands

We want to make our customers' decision easier whenever they want to buy sustainable products. That is why we developed our B-Green logo. Brands are evaluated according to social, environmental and economic criteria using an evaluation matrix. Brands with a particularly good score receive the logo. The evaluation matrix is updated regularly and our employees are trained on it. If you want to know more:



Bründl Nachhaltigkeitstage

Im Juni 2023 veranstalteten wir die Bründl Nachhaltigkeitstage, zu denen wir unsere Top-Liefernden sowie andere Handelsunternehmen nach Kaprun eingeladen haben. Unser Ziel war es, Synergien in Bezug auf verschiedene Themen wie Kreislaufwirtschaft, Verpackungsreduzierung bei gekauften Waren und effiziente Lieferungen zu finden. An zwei Tagen wurden von den 30 Teilnehmenden bestehende Projekte ausgetauscht und die nächsten Schritte definiert. Bründl hat das Projekt inzwischen an das nächste Unternehmen weitergegeben, das im Herbst 2024 die nächste Veranstaltung ausrichten wird.

Bründl Sustainability Days

In June 2023 we hosted the Bründl Sustainability Days where we invited our top supplier brands as well as other retailers to Kaprun. Our aim was to find synergies regarding various topics including circular economy, reduced packaging of purchased goods, and efficient deliveries. Over two days, existing projects were shared, and next steps were designed by the 30 participants. Bründl has since passed on the project to the next company who will host the next annual event in fall 2024.

Pflichtenheft für Liefernde

Unser Pflichtenheft für Liefernde beinhaltet soziale und ökologische Kriterien, deren Einhaltung der Liefernden durch die Unterzeichnung bestätigt. Du willst mehr wissen:

Supplier Code of Conduct

Our Supplier Code of Conduct contains social and environmental criteria, and by signing it, the supplier confirms compliance with these criteria. If you want to know more:



CEO-Letter

Unser Geschäftsführer, Christoph Bründl, hat durch einen Brief an alle Liefernden das klare Commitment von Bründl Sports zu mehr Nachhaltigkeit hervorgehoben und die Liefernden aufgefordert mitzumachen.

CEO Letter

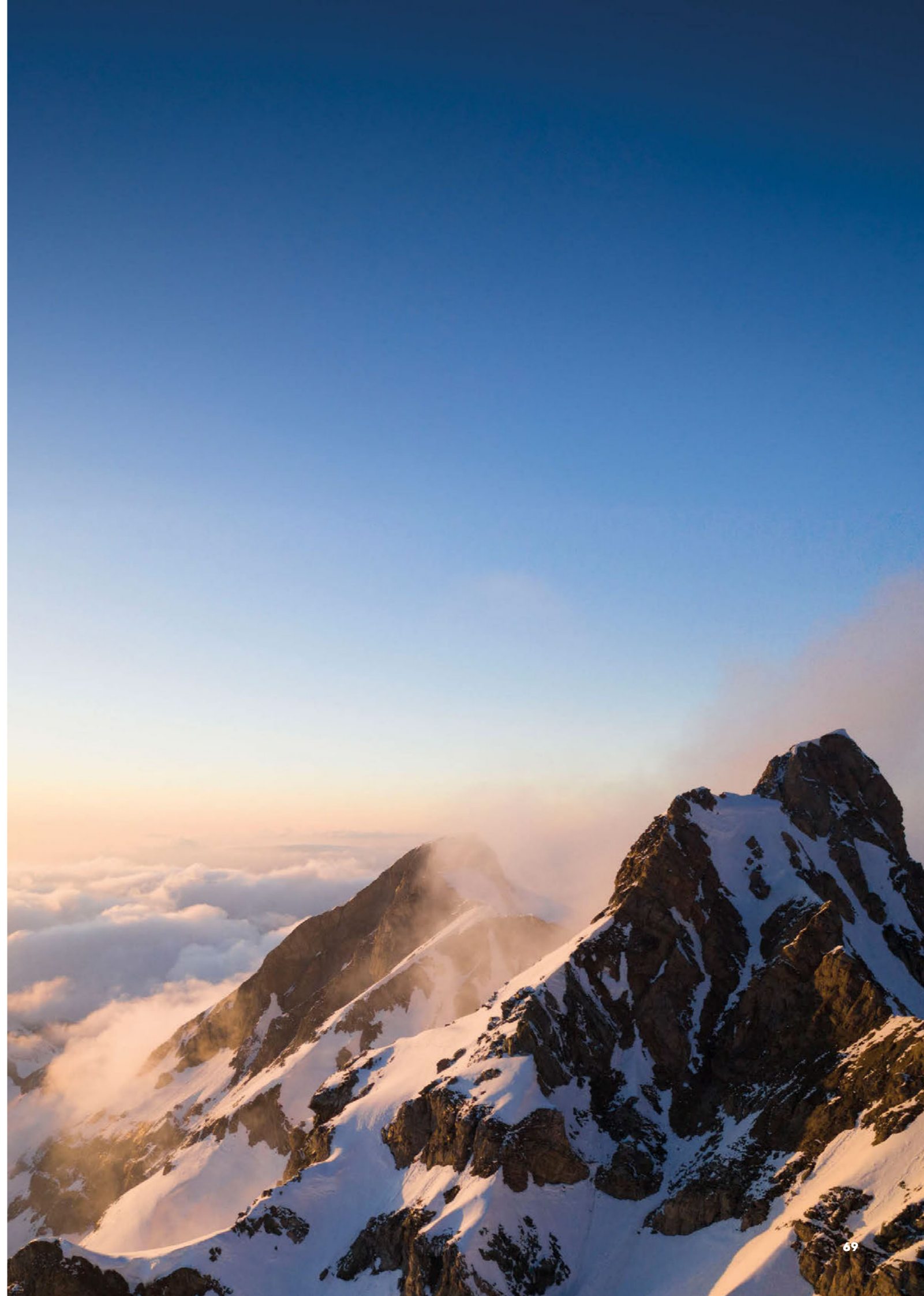
Our CEO, Christoph Bründl, has sent a letter to all suppliers highlighting Bründl Sports' clear commitment to more sustainability and asking them to join us in our commitment.

Trading Up

Mehr mit weniger. Wir wollen weniger, dafür aber qualitativere und langlebigere Ware an unsere Kundschaft verkaufen und damit die Produktion von minderwertigen Artikeln verringern.

Trading Up

More with less. We want to sell less but sell higher quality and more durable goods thereby reducing the production of low-quality goods.



WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

ECONOMIC PERFORMANCE

VISION 2030

Wir bewegen Menschen. Wir verkaufen immer mehr Erlebnisse und Services. Wir geben zurück und teilen Erfolge.

Als Handelsunternehmen für Sportartikel sehen wir uns als wichtige Drehscheibe zwischen Industrie, den Marken und der Kundschaft. Durch einen engen Austausch mit allen Interessensgruppen können wir auf Bedürfnisse besser eingehen und vermitteln. Wir möchten durch unsere Partnerschaften mit unterschiedlichsten Initiativen und Organisationen unseren Beitrag leisten und die internationale Zusammenarbeit stärken, indem wir gemeinsam an Lösungen für eine nachhaltige Zukunft arbeiten. Wir sehen uns auch am Markt in einer Vorbildfunktion als nachhaltig agierendes Unternehmen und möchten damit andere Unternehmen motivieren. Darüber hinaus stellen wir durch unsere Unternehmensgröße für die Regionen unserer Standorte eine Vielzahl an Arbeitsplätzen zur Verfügung. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst, dass unser Handeln und unsere Entscheidungen nicht nur Auswirkungen auf unsere Mitarbeitende haben, sondern auch auf die lokale Wirtschaft und Gesellschaft.

Wir sind uns bewusst, dass ein Wandel der linearen in eine Kreislaufwirtschaft notwendig ist, um die SDGs zu erreichen. Ganz nach dem Motto von Rethink wollen wir von Bründl Sports aktiv diese Transformation mitgestalten. Wir haben unsere Aktivitäten diesbezüglich in der Grafik auf der nächsten Seite abgebildet (8 R's der Kreislaufwirtschaft). Es ist uns wichtig durch unsere Geschäftstätigkeiten nachhaltigen Konsum zu stärken. Die Förderung des Second Hand und Refurbished Angebots, Förderung von Ganzjahressportarten und Erhöhung des Angebots an Rent, Service und Erlebnissen sehen wir als große Chance unserem Familienunternehmen finanzielle Stabilität für heute und vor allem für die Zukunft der nächsten Generationen zu gewährleisten. Dafür sind wir auch in regelmäßigen Austausch mit den Stakeholdern unserer Lieferkette, um mit Synergien und in Zusammenarbeit die notwendigen Veränderungen voranzutreiben. Darüber hinaus helfen wir durch unser B-Green Logo unserer Kundschaft bei der Kaufentscheidung nachhaltige Produkte zu wählen.

Die Herausforderungen des Klimawandels sind für uns in der Tourismusbranche unmittelbar spürbar. Insbesondere der Winter und der damit verbundene Wintersport stehen aufgrund des schwindenden Schneefalls und steigender Temperaturen vor einer ungewissen Zukunft. Um unseren eigenen

VISION 2030

We move people. We sell more and more experiences and services. We give back and share successes.

As a sports retailer, we see ourselves in the important role of being a link between industry, brands, and customers. Through a close collaboration with all stakeholders, we can manage our fast-paced environment efficiently. Through our partnerships with a wide range of initiatives and organizations, we want to make our contribution and strengthen international cooperation by working together on solutions for a sustainable future. We see ourselves as a role model in our market as a company with a functioning sustainability strategy and work to motivate other companies to move in the same direction. Due to the size of our company, we are a major employer in the communities where we operate. We are aware of our responsibility and realise that our actions and decisions do not only have an impact on our employees, but also on the local economy and society in general.

We are aware that a shift from a linear to a circular economy is necessary to achieve the SDGs. With the concept Rethink in mind, we at Bründl Sports want to actively shape this transformation. We have shown our activities in this regard in the graphic in the next page (8 R's of the circular economy). It is important to us to strengthen sustainable consumption through our business activities. We see the promotion of second-hand and refurbished offerings, the promotion of year-round sports and the increase in the range of rentals, services and experiences as a great opportunity to ensure our family business financial stability for today and, above all, for the future of the next generations.

To this end, we are in regular contact with the stakeholders in our supply chain in order to drive forward the necessary changes through synergies and collaboration. In addition, we use our B-Green logo to help our customers choose sustainable products when making purchasing decisions.

The challenges of climate change are directly noticeable to us in the tourism industry. Winter in particular and the winter sports associated with it face an uncertain future due to dwindling snowfall and rising temperatures. In order to reduce our own CO₂e corporate footprint, we have defined various measures, which can be found in the material topic "Greenhouse gas emissions". Since this impact affects many stakeholders in the region, we work closely with the cable car companies, tourism associations and the communities.

CO₂e-Unternehmensfußabdruck zu reduzieren haben wir verschiedene Maßnahmen definiert, die in dem wesentlichen Thema „Treibhausgasemissionen“ nachzulesen sind. Da diese Auswirkung viele Stakeholder der Region betrifft, arbeiten wir eng mit den Seilbahnunternehmen, Tourismusverbänden und den Gemeinden zusammen.

Als weiteres finanzielles Risiko haben wir in unserer Wesentlichkeitsanalyse das veränderte Konsumverhalten unserer Kundschaft und die Veränderung der Kundschaft durch Migration identifiziert. Wir überwachen beide Risiken laufend, da wir stets ein an die Bedürfnisse der Kundschaft angepasstes Angebot zur Verfügung stellen wollen. Nur durch laufende Weiterentwicklung können wir das erreichen.

Alle Mitarbeitende gemeinsam mit den Führungskräften und der Geschäftsleitung sind für Ideen, Lösungsansätze und die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen mitverantwortlich.

In our materiality analysis, we identified a further financial risk as the changing consumer behavior of our customers and the change in the customer base due to migration. We continually monitor both risks because we always want to provide an offer that is tailored to the needs of our customers. We can only achieve this through ongoing development.

All employees, including managers and the upper management, share responsibility for ideas, approaches to solutions, and the implementation of our sustainability efforts.

STRATEGISCHE ZIELE

Im Sinne der Kreislaufwirtschaft möchten wir den Umsatzanteil von Verleih (Ski, Bike und Bekleidung), Service und Erlebnisse bis 2029/30 auf 30 % erhöhen. Wir setzen weiterhin auf Austausch und intensive Zusammenarbeit mit Industrie, Marken und Handel für Lösungen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft. Deshalb organisieren wir regelmäßig Treffen und motivieren zur Zusammenarbeit. Pro Quartal organisieren wir eine Mach-mit-Aktion um Mitarbeitende und unsere Kundschaft zu motivieren mitzumachen. Unser soziales Engagement wie Spenden, Sponsoring und Leistungen für Mitarbeitende wollen wir auch weiterhin auf dem hohen Niveau halten.

STRATEGIC GOALS

In the spirit of the circular economy, we want to increase the share of sales from rental (skis, bikes and clothing), service and experiences to 30 % by 2029/30. We continue to focus on close cooperation with industry, brands, and trade partners for solutions to promote a circular economy. We regularly participate in meetings and motivate our stakeholders to cooperation. We organize quarterly *Join-In* events to motivate employees and customers to be more engaged in sustainability initiatives. We want to continue our social commitment including donations, sponsoring, and employee benefits at the same high level going forward.

KPIs

22/23

% Sozialleistungen* vom Umsatz	
% Social benefits* of sales	1,6 %
% Rent/Service/Erlebnis vom Umsatz	
% Rent/Service/Experience of turnover	20 %

*Sponsoring, Sozialleistungen Mitarbeitende, Corporate Volunteering
*Sponsoring, employee benefits, corporate volunteering

SDGs



PARTNERSCHAFTEN / PARTNERSHIPS



UNSERE KREISLAUF WIRTSCHAFT OUR CIRCULAR ECONOMY



REPAIR

Reparaturservice Produkte:

Sauberer Prozesse für die Kundschaft, Schneiderei, Werkstätten

Reparatur Intern:
Ladenbau, Schaufensterfiguren
IT-Komponenten

Product repair service:

Efficient client processes,
Tailoring, Workshops

Internal repair:
Interior design,
Mannequins,
IT components



REUSE

Nachhaltigkeit Bauprojekte
Ladenbau, Deko
Kartons von Lieferanten,
Paletten

Sustainable building projects
Interior design
Decoration
Supplier
Pallets



RESELL

Rent – Weiterverkauf
Bringer Bonus – Weiterverkauf
Weitblick – Too Good To Go

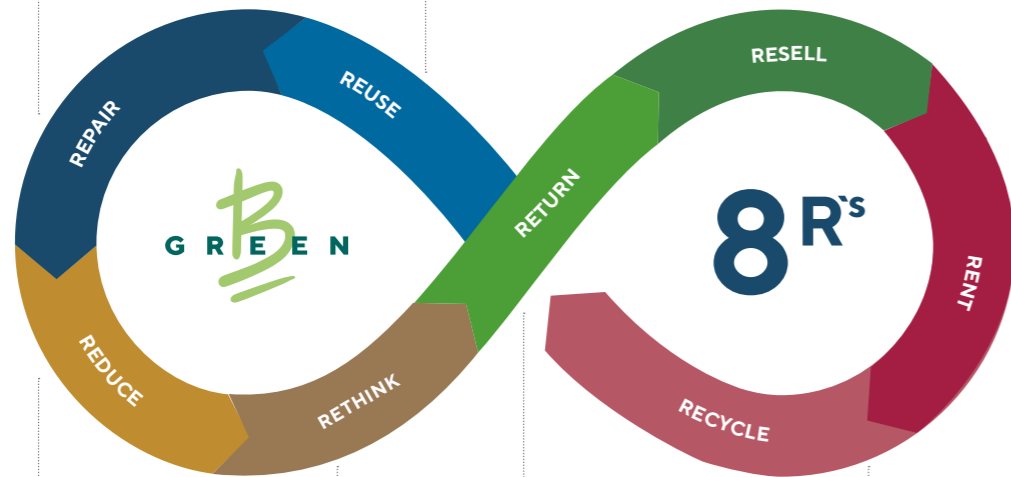
Rent – Resale
Bring bonus – Weitblick
Too Good To Go



RENT

Größter Skiverleiher der Alpen
Kinderskimierte und Wieder-
verwendung im Verleih
Pilotprojekt – Verleihbeklei-
dung

Largest ski rental in the Alps
Full-season Kids Ski Rental
followed by day-rental
Pilot project – Winter clothes
rental



REDUCE

Trading up

Langlebige Produkte
Qualität vor Menge
Vielfältiges Sortiment für den
Einsatz in mehreren Sportarten

Trading up

Durable products
Quality before quantity
Wide range of products for
various sports



RETHINK

Innovationskraft
Außergewöhnliche Lösungen
Pioniergeist

Strong innovation
Creative solutions
Pioneer spirit



RETURN

Bringer Bonus
Rücklieferung Handelswaren
Liefernde
Schaufensterfiguren zum
Recycling

Bring bonus
Return of merchandise
Suppliers
Recycling Mannequins



RECYCLE

cradle-to-cradle
// vom Ursprung zum Ursprung
Bringer Bonus
Recycling Materialien
Handelswaren, Ladenbau,
Deko, Drucksorten

cradle-to-cradle
// from source to source
Bring bonus
Recycling materials
Products

PROJEKTE PROJECTS



Mach mit

Einmal im Quartal organisieren wir ein Projekt im Sinne der Nachhaltigkeit, das Mitarbeitende und die Kundschaft dazu motivieren soll mitzumachen. Projekte, die wir bereits umgesetzt haben, sind beispielweise: Weihnachten im Schuhkarton, Schlafsack Sammelaktion, und der Wings for Life World Run.

Join-in

We organize quarterly projects in the spirit of sustainability to motivate employees and customers to get involved. Projects that we have already implemented include Christmas in a shoebox and sleeping bag collection campaigns, and the Wings for Life World Run.

Athleten Sponsoring

Wir wollen Menschen bewegen und inspirieren. Der Riesentorlauf Weltcup Spezialist Stefan Brennsteiner wird von Bründl als Kopfsponsor unterstützt. Wir unterstützen auch lokale Sportvereine und andere Einzelsportler. Damit sollen Menschen zum Skifahren und zur Bewegung motiviert werden.

Athlete Sponsoring

We want to move and inspire people. Bründl Sports is Stefan Brennsteiner's main Sponsor. Stefan is a local giant slalom World Cup skier. We also support local sports clubs and other individual athletes. Our aim is to motivate people to ski and exercise.



Lerncafé Caritas

Wir möchten regionale Einrichtungen, Vereine oder Clubs mit Spenden unterstützen. Die Lerncafés der Caritas sind ein kostenloses Angebot für Schüler*innen. Die Kinder und Jugendliche werden bei Hausaufgaben oder Test- und Schularbeitenvorbereitung unterstützt. Neben Spenden helfen unsere Mitarbeitenden als Freiwillige mit und es werden gemeinsame Ausflüge organisiert.

Caritas Learning-Café

We support regional institutions, associations, or clubs with donations, including the Caritas Learning-Café. This is a free program for children and teenagers, where they can spend time with adults and work together on schoolwork, language skills, and sometimes just chat. In addition to financial donations, our employees can do corporate volunteering at the Learning-Café.

ANHANG APPENDIX



GRI INDEX

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION			
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION	
ALLGEMEINE ANGABEN GENERAL DISCLOSURES						
GRI 2 Allgemeine Angaben 2021 General Disclosures 2021	2-1	Organisationsprofil Organizational details	9; 30	Nein No		
	2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden Entities included in the organization's sustainability reporting	30	Nein No		
	2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle Reporting period, frequency and contact point	30	Nein No		
	2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen Restatements of information	Nicht anwendbar Not applicable			
	2-5	Externe Prüfung External assurance	30	Nein No		
	2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen Activities, value chain and other business relationships	16-17	Nein No		
	2-7	Angestellte Employees	44	Nein No		
	2-8	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind Workers who are not employees	Nicht anwendbar Not applicable			
	2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung Governance structure and composition	8-9; 21	Nein No		
	2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans Nomination and selection of the highest governance body	8-9	Nein No		
	2-11	Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans Chair of the highest governance body	8-9	Nein No		
	2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	8-9; 21	Nein No		
	2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen Delegation of responsibility for managing impacts	8-9; 21	Nein No		
	2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung Role of the highest governance body in sustainability reporting	8-9; 21	Nein No		
	2-15	Interessenkonflikte Conflicts of interest	8-9; 21	Nein No		
	2-16	Übermittlung kritischer Anliegen Communication of critical concerns	21	Nein No		
	2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans Collective knowledge of the highest governance body	21	Nein No		
	2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans Evaluation of the performance of the highest governance body	21	Nein No		
	2-19	Vergütungspolitik Remuneration policies	43	Nein No		
	2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung Process to determine remuneration	43	Nein No		
	2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung Annual total compensation ratio		Ja Yes	Vertraulichkeitsgründen Confidentiality constraints	Informationen werden derzeit nicht veröffentlicht Information will currently not be published
	2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung Statement on sustainable development strategy	4-5; 21	Nein No		
	2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen Policy commitments	4-5; 21	Nein No		
	2-24	Einbeziehung politischer Verpflichtungen Embedding policy commitments	4-5; 21; 16-17	Nein No		
	2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen Processes to remediate negative impacts	21	Nein No		
	2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen Mechanisms for seeking advice and raising concerns	21	Nein No		
	2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen Compliance with laws and regulations	9	Nein No		
	2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen Membership associations	71	Nein No		
	2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern Approach to stakeholder engagement	21; 24; 67	Nein No		
	2-30	Tarifverträge Collective bargaining agreements	100 %	Nein No		

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
WESENTLICHE THEMEN MATERIAL TOPICS					
GRI 3 Wesentliche Themen Material Topics 2021	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen Process to determine material topics	24-27	Nein No	
	3-2	Liste der wesentlichen Themen List of material topics	24-27	Nein No	

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG ECONOMIC PERFORMANCE					
GRI 3 Wesentliche Themen Material Topics 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen Management of material topics	26-27; 70-73	Nein No	
GRI 201 Wirtschaftliche Leistung 2016 Economic Performance 2016	201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert Direct economic value generated and distributed		Ja Yes	Vertraulichkeitsgründen Confidentiality constraints Informationen werden derzeit nicht veröffentlicht Information will currently not be published
	201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen Financial implications and other risks and opportunities due to climate change		Ja Yes	Informationen nicht verfügbar Information not available Es wurde noch keine Klimarisikoanalyse durchgeführt No climate risk analysis has yet been carried out
	201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne Defined benefit plan obligations and other retirement plans		Ja Yes	Vertraulichkeitsgründen Confidentiality constraints Informationen werden derzeit nicht veröffentlicht Information will currently not be published
	201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand Financial assistance received from government		Ja Yes	Vertraulichkeitsgründen Confidentiality constraints Informationen werden derzeit nicht veröffentlicht Information will currently not be published

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
EMISSIONEN EMISSIONS					
GRI 3 Wesentliche Themen Material Topics 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen Management of material topics	26; 58-59	Nein No	
GRI 305 Emissionen 2016 Emissions 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1) Direct (Scope 1) GHG emissions	58	Nein No	
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2) Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	58	Nein No	
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3) Other indirect (Scope 3) GHG emissions	58	Nein No	
	305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen GHG emissions intensity	58	Nein No	
	305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen Reduction of GHG emissions		Ja Yes	Informationen nicht verfügbar Information unavailable Detaillierte Informationen derzeit nicht verfügbar Detailed information currently not available
	305-6	Emissionen Ozon abbauender Substanzen Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Nicht anwendbar Not applicable		
	305-7	Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	Nicht anwendbar Not applicable		

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
ABFALL WASTE					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen Management of material topics	25; 52	Nein No	
GRI 306 Abfall 2020 Waste 2020	306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen Waste generation and significant waste-related impacts	52	Nein No	
	306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen Management of significant waste-related impacts	52	Nein No	
	306-3	Angefallener Abfall Waste generated	55	Nein No	
	306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall Waste diverted from disposal	55	Nein No	
	306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall Waste directed to disposal"	55	Nein No	

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERNDEN SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen Management of material topics	26-27; 64-66	Nein No	
GRI 308 Umweltbewertung der Liefernden 2016 Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	Neue Liefernde, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden New suppliers that were screened using environmental criteria	100 %	Nein No	
	308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken		Ja Yes	Informationen nicht verfügbar Information unavailable
					Detaillierte Informationen derzeit nicht verfügbar Detailed information currently not available

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
BESCHÄFTIGUNG EMPLOYMENT					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen Management of material topics	24; 34-35	Nein No	
GRI 401 Beschäftigung 2016 Employment 2016	401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation New employee hires and employee turnover	34	Nein No	
	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Nicht anwendbar Not applicable		
	401-3	Elternzeit Parental leave		Ja Yes	Informationen nicht verfügbar Information unavailable
					Detaillierte Informationen derzeit nicht verfügbar Detailed information currently not available

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
SICHERHEIT UND GESUNDHEIT AM ARBEITSPLATZ OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen Management of material topics	25; 46-47	Nein No	
GRI 403 Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018 Occupational Health and Safety 2018	403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz Occupational health and safety management system	46-47	Nein No	
	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	46-47	Nein No	
	403-3	Arbeitsmedizinische Dienste Occupational health services	46-47	Nein No	
	403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	46-47	Nein No	
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz Worker training on occupational health and safety	46-47	Nein No	
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter Promotion of worker health	46-47	Nein No	
	403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	46-47	Nein No	
	403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind Workers covered by an occupational health and safety management system	46-47	Nein No	
	403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen Work-related injuries	46	Nein No	
	403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen Work-related ill health	46	Nein No	

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
AUS- UND WEITERBILDUNG TRAINING AND EDUCATION					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen Management of material topics	25; 38-39	Nein No		
GRI 404 Aus- und Weiterbildung 2016 Training and Education 2016	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten Average hours of training per year per employee	40	Nein No		
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	38-40	Nein No		
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	38-39	Nein No		

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen Management of material topics	25; 42-44	Nein No		
GRI 405 Diversität und Chancengleichheit 2016 Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten Diversity of governance bodies and employees	44	Nein No		
	405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern Ratio of basic salary and remuneration of women to men	43	Nein No		

GRI STANDARD GRI STANDARD	ANGABE DISCLOSURE	SEITE PAGE	AUSLASSUNG OMISSION		
			ANFORDERUNGEN AUSGELASSEN REQUIREMENTS OMITTED	GRUND REASON	BESCHREIBUNG EXPLANATION
SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERNDEN SUPPLIER SOCIAL ASSESSMENT					
GRI 3 Wesentliche Themen 2021 Material Topics 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen Management of material topics	26-27; 64-66	Nein No		
GRI 414 Soziale Bewertung der Liefernden 2016 Supplier Social Assessment 2016	414-1 Neue Liefernden die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden New suppliers that were screened using social criteria	100 %	Nein No		
	414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen Negative social impacts in the supply chain and actions taken		Ja Yes	Informationen nicht verfügbar Information unavailable	Detaillierte Informationen derzeit nicht verfügbar Detailed information currently not available

ABBREVIATIONS

ABBREVIATIONS

CSRD	EU-Richtlinie zur Unternehmens-Nachhaltigkeitsberichterstattung Corporate Sustainability Reporting Directive
CCS	Abscheidung und Speicherung von Kohlendioxid Carbon Capture and Storage
DGNB	Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen German Sustainable Building Council
EDI	Elektronischer Datenaustausch Electronic data interchange
ESG	Umwelt, Soziales und Unternehmensführung Environment, Social, and Governance
GL	Geschäftsleitung Management
IPCC	Zwischenstaatliche Sachverständigenrat für Klimaänderungen Intergovernmental Panel on Climate Change
GRI	Global Reporting Intitiative Global Reporting Initiative
KPI	Leistungskennzahlen Key Performance Indicator
ÖGNI	Österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft Austrian Sustainable Building Council
SDGs	Zielen für nachhaltige Entwicklung Sustainable Development Goals

IMPRESSUM

IMPRINT

Herausgeber

Published by

Sport Bründl Gesellschaft m.b.H.,
Nikolaus-Gassner-Straße 4, A-5710 Kaprun, Austria
Tel. +43 6547 8388, Fax +43 6547 8388-31, bruendl.at
nachhaltigkeit@bruendl.at

GRI und CSRD Expertise

GRI and CSRD Expertise

Elisabeth Präauer
Schwanthalerstraße 63, 5026 Salzburg, Austria
Tel.: +43 664 211 9372, flumen.earth
elisabeth.praeauer@flumen.earth

Grafik Design

Layout

Luca Sartori, Studio LUST
luca@lucasartorigd.com

Rechte

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Alle Informationen in diesem Bericht nach bestem Wissen. Eine Garantie kann trotzdem nicht übernommen werden.

Rights

Reproduction, including of excerpts, is only permitted with the written authorization of the publisher. All information in this report is provided to the best of our knowledge. No liability can be accepted for its completeness or accuracy.

© Jänner 2024





**UNSER
VERSPRECHEN**
bruendl.at/b-green

**WIR
BEWEGEN
MENSCHEN**