

The background of the entire page is a photograph of a cyclist riding away on a paved road that winds through a vast, hilly landscape. The cyclist is in the foreground, wearing a dark jacket and a helmet, with their right arm raised in a celebratory gesture. Other cyclists are visible further down the road. The landscape features rolling hills with patches of green and brown vegetation under a soft, hazy sky. A large, semi-transparent yellow house-shaped graphic is overlaid on the center of the image, framing the title text.

Infront Group Nachhaltigkeitsbericht 2022

INHALTS- VERZEICHNIS



Willkommen bei Infront	03
Unser Fokus im Bereich Nachhaltigkeit	08
Das Sportökosystem gestalten	12
Integrität leben	20
Gesundheit fördern	29
Integratives Wachstum ermöglichen	36
Den Klimawandel bekämpfen	44
Daten und Offenlegung	55

WILLKOMMEN BEI INFRONT

Vorwort unseres CEO

Liebe Leserin, lieber Leser,

unser Engagement für Umwelt-, Sozial-, und Governance (ESG)-Themen im Sport ist seit langem und tief in unserem Unternehmen verwurzelt. Mit der Einführung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts machen wir unser Handeln jetzt transparent und greifbarer. Wir beabsichtigen, in Zukunft einen konzertierten, strategischen Nachhaltigkeitsansatz zu verfolgen. Gemeinsam mit unseren Partnern und Stakeholdern möchten wir ein nachhaltiges Sportökosystem vorantreiben. Wir sind offen für den Dialog und suchen den Austausch.

Infront wird über wertschöpfende Geschäftspraktiken weiterhin aktiv zu Innovation und Fortschritt in der Branche beitragen. Mit unseren Dienstleistungen und als sozial verantwortungsbewusstes Unternehmen setzen wir uns für Integrität im Sport ein, unterstützen die öffentliche Gesundheit, fördern integratives Wachstum und engagieren uns für den Klimaschutz. Damit leisten wir einen gesamtgesellschaftlichen Beitrag. Entlang klar definierter Fokusbereiche und Ziele möchten wir wichtige Beiträge zum Fortschritt leisten. Lassen Sie sich inspirieren und arbeiten Sie gemeinsam mit uns an einer nachhaltigen sportlichen Zukunft!



Philippe Blatter
President und CEO
Infront Sports & Media AG

Wir gestalten die Zukunft des Sports weltweit

Wir bei Infront glauben an die verbindende Kraft des Sports. Sport überwindet Barrieren und Grenzen und begeistert alljährlich ein Milliardenpublikum sowie Teilnehmende aus allen Gesellschaftsschichten. Infront ist ein zuverlässiger Partner für Marken und Rechteinhaber im Sport. Wir sehen es als unsere Aufgabe, Menschen im Sport zu vereinen, damit sie ihre Leidenschaft und Träume leben können.

Als Pionier im Sportmarketing verfügen wir über ein globales Team von Fachleuten. Seit einem halben Jahrzehnt unterstützen wir Sponsoren, Medienunternehmen und die gesamte Sportbranche, mit ihren Zielgruppen in Kontakt zu treten, ihre Reichweite zu steigern und Wirkung zu erzielen. Wir bieten ein umfassendes Portfolio erstklassiger Sportmarketing-Dienstleistungen dazu gehören innovative digitale Lösungen und Content, Eventoperations, Vertrieb von Medienrechten, Sponsoring und Aktivierung sowie modernste Medienproduktion. Wir entwickeln etablierte und neue Zuschauersportarten sowie den Teilnehmersport weiter. So gewinnen und

motivieren wir Fans und Sporttreibende in aller Welt und über alle Kanäle. Wir steigern Reichweite, Umsatz und Kundennutzen für unsere Partnerorganisationen, mit denen wir zusammenarbeiten.

Infront verfügt über fundierte Sportkompetenz. Unsere Organisation gliedert sich in die operativen Geschäftseinheiten ProSports (Zuschauersport), Active Lifestyle (Teilnehmersport) sowie Production und Host Broadcasting. Sie werden von den Unternehmensfunktionen Finance & Tax, People & Infrastructure, Legal, Regulatory & Compliance, Business Development sowie IT und Strategic Communications unterstützt.





ProSports

Infront vermarktet die Medien-, Sponsoring- und/oder Marketingrechte von mehr als 200 führenden Rechteinhaltern. Dazu zählen nationale und internationale Sportverbände, Ligen und Vereine. Wir sind im Fußball sowie in zahlreichen Winter- und Sommersportarten aktiv und arbeiten mit dem Internationalen Olympischen Komitee (IOC) und dem Internationalen Paralympischen Komitee (IPC) zusammen. Infront unterstützt die Rechteinhaber dabei, ihre Reichweite zu vergrößern und somit eine breitere Förderung des Sports zu erreichen. Dies sichert die finanzielle Stabilität und ermöglicht eine langfristige Entwicklung.

Infront arbeitet mit über 120 Medienpartnern und mehr als 1 000 Sponsorenmarken zusammen und trägt alljährlich zum Erfolg von rund 15 Weltmeisterschaften bei. Wir bieten Sportmarketing-Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von der Medienproduktion über Veranstaltungsorganisation bis zu Markenentwicklung und Werbelösungen. Neue Einnahmequellen ergeben sich aus Technologie und Digitalisierung. Infront Lab sucht nach innovativen Ansätzen, um zukunftsweisende Produkte zu entwickeln und Kunden mit entsprechenden Technologiepartnern zusammenzubringen.



Active Lifestyle

Infront gehört zu den Weltmarktführern im sich schnell entwickelnden Bereich des Teilnehmersports. Unser Ziel ist es, Sporttreibenden im Amateur und Profibereich inspirierende Sporterlebnisse zu bieten und eine engagierte Community zu etablieren.

Im Jahr 2022 besaß Infront mehr als 15 Intellectual Property (IP) Rights (Recht am geistigen Eigentum) an führenden Active Lifestyle-Events. Die Formate reichen vom klassischen Stadtmarathon und Teamläufen für Unternehmen bis hin zu themenbezogenen Fitnessveranstaltungen wie Hindernisläufen und interaktiven urban Challenges. Jedes Jahr nehmen etwa eine halbe Million Sportlerinnen und Sportler an einem Active Lifestyle Event von Infront teil. Infront investiert weiterhin in hochklassige Teilnehmersportveranstaltungen und will den Anteil strategischer Beteiligungen am Geschäftsportfolio weiter stärken.



Production und Host Broadcasting

Infront ist ein führender Anbieter von Sportmedienproduktionen und Host Broadcasting. Host Broadcast Services (HBS) ist Infronts Host Broadcast-Spezialist mit Sitz in Frankreich (Paris/Boulogne). HBS wurde 1999 gegründet, um die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2002™ in Korea und Japan als Host Broadcaster zu übertragen.

Seither hat sich das Unternehmen zu einem renommierten Experten für Host Broadcasting entwickelt: HBS verfügt über Fachwissen und Erfahrung Projektmanagement und bei der Durchführung einiger der prestigeträchtigsten Sportveranstaltungen weltweit.

Um mehr über Infront zu erfahren, scannen Sie den QR-Code oder klicken Sie auf den folgenden Link:

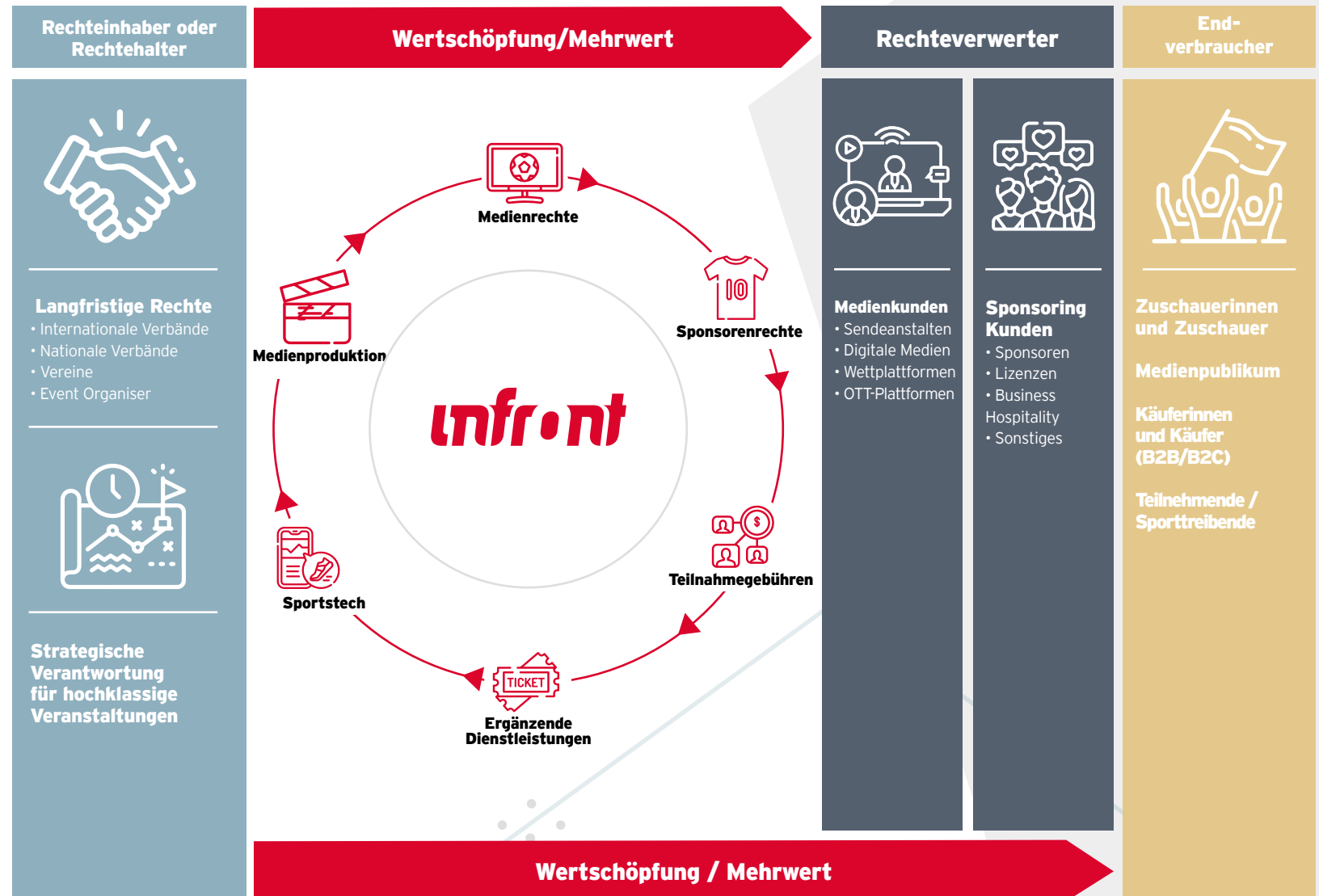
[Über Infront](#)



Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette

Infront besitzt oder kontrolliert die geistigen Eigentumsrechte (IP) an einem umfangreichen Portfolio im globalen, nationalen und regionalen Sport. Darüber generieren wir Einnahmen und bieten gleichzeitig den wichtigsten Interessengruppen im Sportökosystem einen Mehrwert.

Unser Ziel ist es, die Reichweite einer Sportart zu maximieren, indem wir Rechteinhaber, Medienpartner, Sponsoren und andere Kunden miteinander vernetzen. So bieten wir den Fans unvergessliche Erlebnisse und etablieren eine engagierte Community. Unsere Dienstleistungen umfassen die Durchführung von Veranstaltungen, die Medienproduktion und den Medienvertrieb, Sponsoring- und Marketingdienstleistungen sowie digitale Lösungen und ergänzende Services. Die durch uns generierte Wertschöpfung trägt substantiell zur Finanzierung der jeweiligen Sportart bei und ermöglicht deren Weiterentwicklung.



UNSER FOKUS IM BEREICH NACHHALTIGKEIT

Unser Bezugsrahmen

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Infront fördert Umwelt-, Sozial-, und Governance- (ESG) Themen im Sport und durch den Sport. Unser Engagement ist seit langem tief in unserer Organisation verwurzelt. Unsere diversen Aktivitäten und Engagements finden Sie in diesem Bericht ab Seite 14.

Die Grundprinzipien der nachhaltigen Entwicklung, die von den Vereinten Nationen in den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) festgelegt wurden, dienen uns dabei als Bezugsrahmen.



Unsere wesentlichen Themen

Die Themen rechts haben wir als wesentlich (materiell) für unsere Organisation und für unseren Beitrag zu den nachhaltigen Entwicklungszielen der UN identifiziert.

Wir verpflichten uns, jährlich über unsere materiellen Themen zu berichten und wesentliche Probleme auf unserem Weg vorwärts kontinuierlich anzugehen. Den Prozess unserer Wesentlichkeitsanalyse (Materialitätsanalyse) haben wir ab Seite 56 ausführlich beschrieben.

Wesentliches Thema	Beitrag zu den nachhaltigen Entwicklungszielen (SDGs)
Unternehmensethik und Governance	8 LAVORO DECOROSO E CRESCITA ECONOMICA, 16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI
Mitarbeiter*inbindung, Arbeitssicherheit	3 BUONA SALUTE E BENESSERE
Diversität und Inklusion	5 UGUAGLIANZA DI GENERE, 8 LAVORO DECOROSO E CRESCITA ECONOMICA
Soziale Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette	3 BUONA SALUTE E BENESSERE, 5 UGUAGLIANZA DI GENERE, 8 LAVORO DECOROSO E CRESCITA ECONOMICA, 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
Umweltauswirkungen entlang der Wertschöpfungskette	13 AZIONI PER IL CLIMA, 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
Klimawandel (Reduktion von Treibhausgasemissionen)	13 AZIONI PER IL CLIMA, 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
Resilienz des Geschäftsmodells	3 BUONA SALUTE E BENESSERE, 5 UGUAGLIANZA DI GENERE, 8 LAVORO DECOROSO E CRESCITA ECONOMICA, 17 PARTNERSHIP FOR THE GOALS
Verantwortungsvoller Umgang mit Daten	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI
Produkt- und Dienstleistungsintegrität	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI
Verantwortung für Kunden und Gesellschaft	3 BUONA SALUTE E BENESSERE, 13 AZIONI PER IL CLIMA, 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



Unsere fünf strategischen Schwerpunkte

Wir fassen unsere Aktivitäten im Bereich ESG in fünf strategischen Schwerpunktbereichen zusammen. Hier möchten wir künftig unsere Kräfte weiter bündeln und messbare Fortschritte erzielen.

Jedem Schwerpunkt ist in diesem Bericht ein Kapitel gewidmet. Die Ziele, die wir uns pro Bereich gesetzt haben, sind jeweils am Ende des Kapitels zusammengefasst.



01

Das Sportöko- system gestalten

Die Resilienz unseres Geschäftsmodells ist für die Entwicklung und Innovation im Sportökosystem von entscheidender Bedeutung. Wir sind uns bewusst, dass die Nachhaltigkeit unsere Geschäftsmodells auch von unserer Fähigkeit abhängt, politischen, sozialen und ökologischen Wandel in unsere langfristige Geschäftsplanung zu integrieren.



02

Integrität leben

Integrität gehört zu unseren Unternehmenswerten. Wir sind bestrebt, unserem Verhaltenskodex gerecht zu werden und suchen ständig nach Möglichkeiten zur Verbesserung und Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur und Compliance.



03

Gesundheit fördern

Gesundheit steht bei uns im Mittelpunkt. Wir möchten unsere Leidenschaft für Sport und einen aktiven, gesunden Lebensstil teilen. Unsere Teilnehmersportveranstaltungen fördern die Gesundheit der Bevölkerung, indem sie inklusiv, motivierend und wirklich mitreißend sind.



04

Inklusives Wachstum ermöglichen

Wachstum muss alle miteinbeziehen, denn erst unsere Unterschiede machen uns stark. Als Arbeitgeber steht Infront für Gleichbehandlung und Chancengleichheit. Jeder soll die Möglichkeit haben, vom Sport zu profitieren, im Sport zu arbeiten oder am sportlichen Wettbewerb teilzunehmen.



05

Klimawandel bekämpfen

Der Klimawandel gefährdet unser Business, unsere Gesundheit, ja sogar unsere Lebensgrundlagen. Wir haben uns deshalb zum Ziel gesetzt, unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Dafür analysieren wir sowohl unsere eigenen operativen Prozesse als auch, zusammen mit unseren Partnern, die gesamte Wertschöpfungskette des Sports.

SCHLAMMBECKEN

DAS SPORTÖKOSYSTEM GESTALTEN

Schwerpunkt: 01

Die Resilienz unseres Geschäftsmodells ist für das Sportökosystem von entscheidender Bedeutung

Auf Grundlage eines robusten und nachhaltigen Geschäftsmodells treibt Infront die Kommerzialisierung des Zuschauersports auf allen Ebenen des verbandsbasierten Sportmodells voran. So sorgen wir für beständige Einnahmen und durchgängige Finanzierung. Von einzelnen Vereinen und nationalen Ligen bis hin zu internationalen und globalen Verbänden: Unsere Vertragsbeziehungen gehören zu den beständigsten in der Branche.

Gleichzeitig entfällt ein erheblicher Teil unseres Geschäfts auf den Teilnehmersport. Infront begrüßt alljährlich mehr als 500 000 AmateursportlerInnen unterschiedlicher Leistungsniveaus. Der Geschäftsbereich Active Lifestyle gehört bei Infront zu den am schnellsten wachsenden.

Mit den beiden Geschäftsbereichen ProSports (Zuschauersport) und Active Lifestyle (Teilnehmersport) leistet Infront einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Sports über die gesamte Sportpyramide hinweg.

Darüber hinaus ermöglicht Infronts Geschäftstätigkeit die Entwicklung des Sports in bislang vernachlässigten geografischen Regionen. Wir unterstützen zudem die Entwicklung neuer Sportarten vom Grassroot- bis zum Profi Level. Wir unterstützen auch die kommerzielle Weiterentwicklung des Frauen- sowie

des paralympischen Sports und helfen so, die Hürden für die kommende Generation von Athleten zu senken. Beispiele dafür finden Sie im folgenden Kapitel.

Seit unserer Gründung hat Infront in den Bereichen Medienproduktion, Digitaltechnik und Sportmarketing Pionierarbeit geleistet und neue Geschäfts- und Partnerschaftsmodelle geschaffen. Darüber hinaus treiben wir den Dialog über die Zukunft des Sports aktiv voran, beispielsweise durch unsere zukunftsweisende Studie „Brave New Sport - Wie Sport die Gesellschaft im 21. Jahrhundert voranbringt“. Wir sind uns bewusst, dass wir für die langfristige Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells, die politische, soziale und ökologische Transformation ebenso mitdenken müssen wie den wirtschaftlichen und technologischen Fortschritt.

Über 30

Sportarten werden von Infront abgedeckt. Mit unseren wertschöpfenden Dienstleistungen tragen wir zur Entwicklung des Zuschauer- und Teilnehmersport auf allen Leistungsstufen bei.

Wir fördern die Entwicklung des Sports

Infront deckt rund 30 verschiedene Sportarten ab und strebt kontinuierlich neue Partnerschaften und Vertragsverlängerungen an. Unser Portfolio umfasst sowohl sehr populäre und hoch kommerzialisierte Sportarten als auch solche, die noch ein starkes Wachstumspotenzial haben. Die Rechteinhaber profitieren von Infronts wertschöpfenden Dienstleistungen, weil diese sie finanziell stärken und Wachstum ermöglichen.

Infront trägt dazu bei, die Diversifizierung im Sport weiter auszubauen. So organisieren wir beispielsweise jedes Jahr Hunderte von Veranstaltungen im Frauensport, bieten einfachen Zugang zu verschiedenen Teilnehmersportformaten oder vergrößern die Reichweite des Sports im globalen Süden. Dies dient letztlich einem inklusiveren Wirtschaftswachstum. Die wichtigsten Projekte aus dem Jahr 2022 sind hier zusammengefasst.

Berichterstattung zu den Olympischen Spielen und zur englischen Premier League in Ländern südlich der Sahara

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Internationalen Olympischen Komitee (IOC) hat Infront die Medienrechte für die Olympischen Winterspiele 2022 für 46 afrikanische Länder südlich der Sahara vergeben. Infront brachte damit die Berichterstattung über die Olympischen Spiele in die Region und unterstützte das IOC dabei, die Zukunft des Sports in Afrika weiter voranzutreiben. Das IOC verteilt 90% der Einnahmen, die durch Infronts kommerzielle Vereinbarungen weltweit erzielt werden, weiter – auch in Afrika.

Dank Infronts Erfahrung in dieser Weltregion konnte auch die englische Premier League (EPL) ihre Zuschauerzahlen weiter erhöhen. Infront hat die Anzahl der Sender in der Saison 2021/2022 um 20% gesteigert und bietet damit die bisher breiteste EPL-Berichterstattung im frei empfangbaren Fernsehen in den afrikanischen Ländern südlich der Sahara.

Professionalisierung der Fußballberichterstattung in der Concacaf-Region

Host Broadcast Services (HBS) arbeitet mit der Konföderation des nord-, zentralamerikanischen und karibischen Verbandsfußballs (Concacaf) zusammen. Concacaf betreut 41 Mitgliedsverbände – von Kanada im Norden bis Guyana, Surinam und Französisch-Guayana im Süden. Die gemeinsame Vision von HBS und Concacaf ist die Entwicklung, Förderung und Betreuung des Fußballs in der gesamten Region. Die Partnerschaft, die im Jahr 2022 um weitere vier Jahre bis Dezember 2026 verlängert wurde, umfasst die audiovisuelle Produktion verschiedener Turniere in der Concacaf-Region sowie die Bereitstellung einer langfristigen Medienserverlösung, die Postproduktion und die Unterstützung der Content-Strategie von Concacaf in den sozialen Medien.

Durch die HBS Broadcast Academy (mehr dazu auf Seite 40) baut HBS kontinuierlich einen Pool an potenziellen Mitarbeitenden in der gesamten Concacaf-Region auf und trägt so zur weiteren Professionalisierung der Fußballberichterstattung bei. Im Rahmen der Partnerschaft mit Concacaf und in einigen Fällen auch direkt über die Broadcast Academy hat HBS auch Mitarbeitende für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022™ in Katar rekrutiert – Talente und Fachleute, die bei der Arbeit im Concacaf-Gebiet entdeckt wurden.

Förderung des Frauensports

Drei internationale Meisterschaften im Fußball, Basketball und Handball, verhalfen dem Frauensport im Jahr 2022 zu weiterer Popularität. Infront führt jedes Jahr Hunderte von Veranstaltungen im Frauensport durch. Für die Europäische Handballföderation (EHF) war Infront bei der Frauen-Europameisterschaft 2022 exklusive Medien- und Marketingpartnerin. Im Zuge dessen wurden Rechtevereinbarungen mit 35 Sendern geschlossen, sodass das Turnier in über 80 Ländern übertragen werden konnte. Spitzenwerte erreichten die Zuschauerzahlen vor allem in Dänemark und Norwegen, wo das Endspiel einen Marktanteil von bis zu 74% erzielte.

Auch für die Frauen-Weltmeisterschaft 2022 des Internationalen Basketballverbands (FIBA) in Australien interessierten sich so viele wie nie zuvor. Mehr als 145 000 Menschen besuchten die Veranstaltung in Sydney. Die Zuschauerzahlen haben sich im Vergleich zur FIBA-Frauen-Weltmeisterschaft 2018 vervielfacht. Für das Turnier vermittelte Infront einen Sponsoring-Vertrag mit der Premiummarke Google: ein Meilenstein im Sponsoring des Frauensports.

Zudem konnte Infront im Jahr 2022 rund 280 000 Sportlerinnen auf ihren Teilnehmersportveranstaltungen begrüßen. Mit dem Muddy Angel Run bietet Infront auch ein Format eigens für Frauen an.

Förderung des paralympischen Sports

Eine Rekordzahl von 650 Athletinnen und Athleten aus 49 Nationalen Paralympischen Komitees reiste zu den Paralympischen Winterspielen 2022 in Peking, die aufgrund der anhaltenden COVID-19-Pandemie unter besonderen Sicherheitsvorkehrungen stattfanden. Als exklusiver Medienrechtspartner des Internationalen Paralympischen Komitees (IPC) lieferte Infront die umfangreichste europäische Berichterstattung aller Zeiten.

Mehr als 30 Fernsehsender zeigten die Spiele in 40 Ländern, einige davon zum ersten Mal. In Zusammenarbeit mit den Nationalen Paralympischen Komitees und den Athletinnen und Athleten entwickelte Infront auch Inhalte hinter den Kulissen, die den Sendern zur Verfügung gestellt wurden.

Investition in den Teilnehmersport

Infront baut ihr Teilnehmersportgeschäft kontinuierlich aus und bietet jedes Jahr einer halben Million sporttreibender Menschen die Möglichkeit, an beeindruckenden Veranstaltungen teilzunehmen.

Im Juli 2022 erwarb Infront eine Beteiligung am Sydney Marathon. Die Veranstaltung kandidiert für die Aufnahme in die Abbott World Marathon Majors (WMM). Zu den Abbott WMM gehören die sechs größten Marathons der Welt: Tokio, Boston, London, Berlin, Chicago und New York. Um zu den „Marathon Majors“ zu zählen, muss der Sydney Marathon über einen Zeitraum von

drei Jahren hinweg strenge Kriterien erfüllen und wird im Erfolgsfall 2025 als neues Mitglied in die Abbott WMM aufgenommen. Während dieser dreijährigen Qualifikationsphase wird Infront den Sydney Marathon in verschiedenen Schlüsselbereichen unterstützen. Im August 2021 hatte Infront bereits in den Sanlam Cape Town Marathon in Südafrika investiert. Sydney ist damit bereits der zweite Abbott WMM-Kandidat, in den Infront investiert.

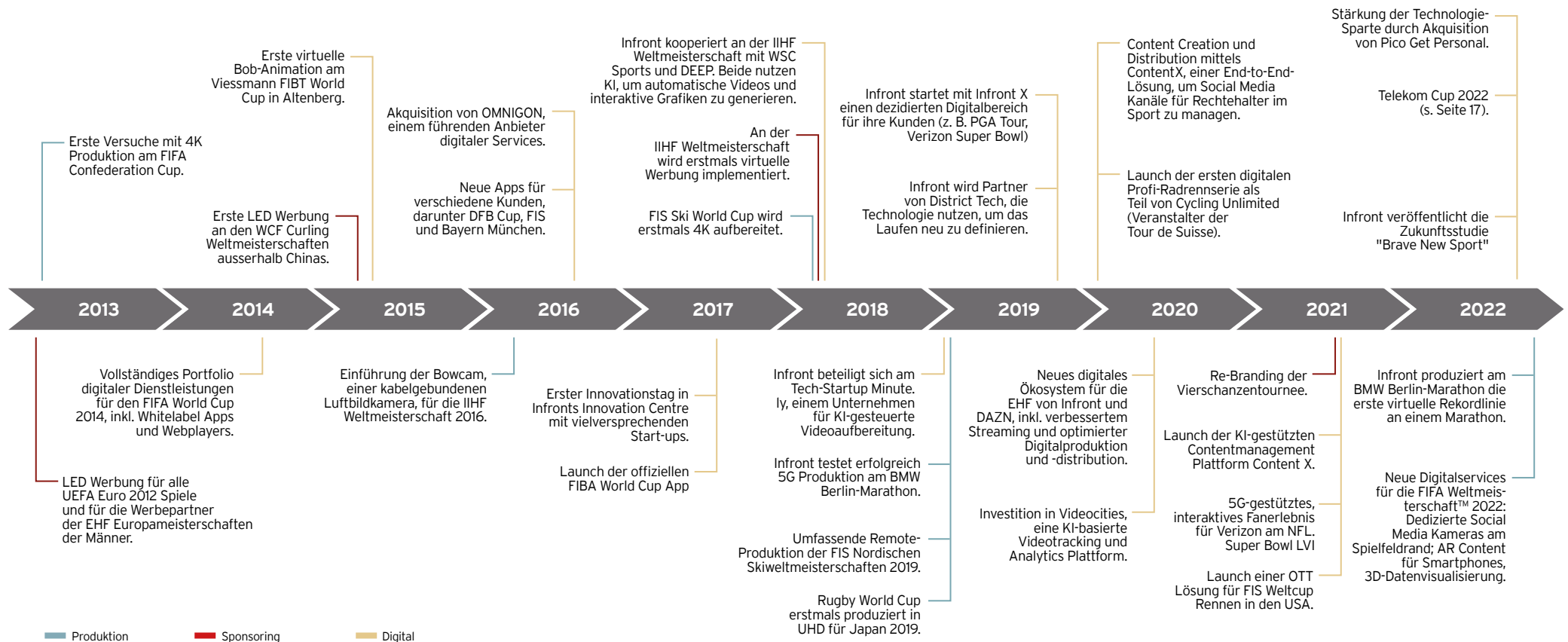
Als Mehrheitsgesellschafter von HYROX, the World Series of Fitness Racing, entwickelt Infront außerdem erfolgreich eine Indoor-Fitnesscompetition für Amateure und Profis mit. Gestützt auf Infronts Investment konnte HYROX in den vergangenen drei Jahren ein bemerkenswertes Wachstum in Europa und in den USA verzeichnen. Mehr als 1 200 Interessierte aus über 20 Ländern nahmen an den Weltmeisterschaften 2022 in Las Vegas teil. Der bisher größte HYROX-Event fand mit 4 500 Teilnehmenden in London statt.

Eine weitere Erfolgsgeschichte in Infronts Teilnehmersportgeschäft ist die Entwicklung neuer Formate für spezifische Zielgruppen. XLETIX Kids, will beispielsweise Kindern und jungen Familien die Freude an der Bewegung vermitteln (mehr dazu auf den Seiten 34 und 35).



Wir treiben Innovation in der Branche voran

In den vergangenen zehn Jahren gab es eine wahre Explosion neuer Technologien und Trends. Sie haben das Sportmarketing, die Produktion sowie Werbung und digitale Lösungen maßgeblich verändert. Infront hat herausragende Erfahrung in der Entwicklung neuer Produkte und deren sofortiger Anwendung. Infront Lab ist der zentrale, unternehmenseigene Technologie- und Innovationshub und hat es sich zum Ziel gemacht, das Fanerlebnis nachhaltig zu verbessern.



HIGHLIGHT

Telekom Cup 2022 „Innovation Game“

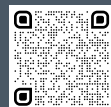
Im Jahr 2022 bot ein Freundschaftsspiel zwischen dem 1. FC Köln und dem AC Mailand die Gelegenheit, 19 Technologien in einer realen Spielumgebung zu testen. Die Fans konnten am Entscheidungsprozess des Vereins teilzunehmen.

Für das „Innovation Game“ arbeiteten der 1. FC Köln mit Infront Lab zusammen, um von Infronts Beziehungen zu führenden Sporttechnologieunternehmen zu profitieren. Dutzende von Technologien wurden für das Spiel analysiert, getestet und geprüft. 19 wurden schliesslich ausgewählt und vorgestellt. Die Einsatzgebiete reichen von Content und Daten bis hin zu Speisen und Getränken im Stadion. Während des Innovation Game konnten die Fans neue Bezahlmethoden, KI-Lösungen oder einzigartige Streaming-Angebote testen - je nachdem, für welches Fanerlebnis sie sich vorher entschieden hatten: im Stadion, vor dem Fernseher oder mobil. Rund 60 000 Fans meldeten sich bei der eigens entwickelten Web-App „Innovation Game“ an. Mehr als 41% testeten die für sie

verfügbaren Technologien. Davon gaben 16% dem Team Feedback. Unter denjenigen, die ihre Meinung teilten, fand die Erfahrung im Stadion am meisten Anklang. Hierzu gaben 2 400 Personen ein Feedback. Weitere 1 400 erlebten das Spiel vor dem Fernseher und 500 nutzten die mobile App.

Das Projekt wurde bei den ISC International Sports Awards mit dem Preis für Fan-Engagement ausgezeichnet.

Scannen Sie den QR-Code oder rufen Sie den Link auf, um mehr über das **Innovation Game** zu erfahren.



Wir integrieren ESG um die Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells zu stärken

Infronts Dienstleistungen sind für die Entwicklung und Innovation im Sportökosystem von entscheidender Bedeutung.

Wir streben danach, unser Unternehmen auf nachhaltige und bewusste Weise zu führen und weiter auszubauen. Dazu gehört auch, regulatorische, soziale und ökologische Trends in unserer Unternehmensentwicklung und langfristigen Geschäftsplanung zu berücksichtigen.

ESG-Strategie und Berichterstattung

Infront betrachtet diesen Bericht als Ausgangspunkt für die weitere Entwicklung und Verankerung von ESG-Aspekten im Unternehmen. Gleichzeitig wollen wir den entsprechenden Dialog mit unseren Stakeholdern und Partnern stärken. Unter Berücksichtigung der Standards der Global Reporting Initiative und insbesondere auch im Hinblick auf künftige Schweizer und EU-Vorschriften lassen sich anhand des Berichts Verbesserungspotenziale identifizieren.

Die materiellen Themen und strategischen Schwerpunktbereiche, die in diesem Bericht vorgestellt werden, dienen als Rahmen für die weitere Zusammenarbeit mit unseren internen und externen Stakeholdern, sowie der Alinierung von Synergien und Zielen.

Wir werden jährlich über unsere Fortschritte berichten.

ESG im Treasury

Im Rahmen des allgemeinen Cashflow-Managements der Gruppe tätigte Infront im Jahr 2022 ihre erste ESG-Anlage mit Festgeld in Höhe von 10 Millionen US-Dollar bei der Société Générale. Die Einlage wurde als „Socially Responsible Deposit“ („sozial-verträgliche Einlage“ bzw. SRD) deklariert.

Eine Geldanlage in Form eines SRD unterstützt sozial verantwortliches Wirtschaften, denn die Bank verwendet den Betrag dieser Einlage um

- kurzfristige Kredite an Firmenkunden zu vergeben, die nach hohen Sozialverträglichkeitsstandards handeln, oder
- Warengeschäfte zu finanzieren, bei denen ein verantwortungsvolles Geschäftsgebaren angewandt wird.

Das Auswahlverfahren der Bank für die Finanzierung basiert auf vier Schritten, zu denen auch das bankinterne ESG-Ratingsystem gehört. Sensible Sektoren und bestimmte Waren werden von vornherein ausgeschlossen.

Stakeholder-Dialog: Brave New Sport

Infront treibt den Dialog über die Zukunft des Sports voran. In Zusammenarbeit mit dem auf interdisziplinäre Zukunftsforschung spezialisierten Think Tank W.I.R.E. veröffentlichte Infront im Jahr 2021 die Studie „Brave New Sport“ über die Zukunft des Sports.

Die in dem Bericht vorgestellten Ideen, Prognosen und Szenarien ebneten den Weg für einen umfassenden interdisziplinären Stakeholder-Dialog im Jahr 2022.

Die „Brave New Sport“-Studie und die anschließende Diskussion tangierten verschiedene ESG-Themen und lieferten wertvolle Inputs für Infronts Materialitätsanalyse (siehe Seite 56). Die Studie sowie ein Bericht über den einjährigen Dialog zur Studie können unter dem QR-Code unten heruntergeladen werden.

Um mehr über Brave New Sport zu erfahren, scannen Sie den QR-Code oder klicken Sie auf den folgenden Link:

Brave New Sport



Das Sportökosystem gestalten: Unsere Ziele von 2023 bis 2025



Unser Knowhow über ESG und Infronts wesentliche Themen weiter ausbauen.



Unsere ESG-Governance und die entsprechenden Prozesse verbessern.



Einen aktiven Stakeholder-Dialog pflegen und regelmäßig die potenzielle Teilnahme in relevanten Nachhaltigkeitsnetzwerken evaluieren.



Ein Rahmenkonzept für Mitarbeiterereinbindung ausarbeiten.



Schwerpunkt: 02

INTEGRITÄT LEBEN

Integrität gehört zu unseren Unternehmenswerten

Regeln sind fester Bestandteil des Leistungssports und „Fair Play“ ist für Sportlerinnen und Sportler seit jeher ein zentraler Wert. Was für den Sport gilt, gilt auch für das Sportbusiness: Es ist wichtig, dass jeder die Spielregeln kennt und befolgt. Selbst die besten Spieler gewinnen nur dann, wenn sie als funktionierendes Team zusammenarbeiten.

Integrität spielt eine wesentliche Rolle, wenn es darum geht, gegenseitiges Vertrauen zu fördern, die eigene Reputation zu schützen sowie die motivierende Kraft des Sports zu bewahren.

Allerdings können angesichts der fortschreitenden Globalisierung und des immensen kommerziellen Werts vieler Sportarten gerade auch Sportorganisationen anfällig für Korruption, Geldwäsche oder Betrug sein. Fehlverhalten und die Nichteinhaltung von Vorschriften können erhebliche Folgen haben und Imageschäden, Einschränkungen oder Ausschluss, sowie langwierige, kostspielige Verfahren oder auch finanzielle Verluste nach sich ziehen.

All dies schränkt die Wettbewerbsfähigkeit einer Organisation massiv ein und gefährdet im schlimmsten Fall sogar deren Legitimation.

Bei Infront betrachten wir moralisch korrektes Geschäftsverhalten und Compliance deshalb nicht nur als einen notwendigen Teil des Risikomanagements, sondern auch als Wettbewerbsvorteil.

Seit über einem Jahrzehnt sind wir bestrebt, unsere Unternehmenskultur und unser Compliance-Management-System so zu gestalten und zu optimieren, dass wir eine effiziente Zusammenarbeit mit unseren Partnern gewährleisten können und weiterhin ihr Vertrauen genießen.

100%

unserer festangestellten Mitarbeitenden werden regelmäßig zu Compliance-Themen geschult

Wir leben unsere Werte

Die Stärke eines jeden Spitzenteams beruht auf klarer Zielsetzung, gegenseitigem Respekt und gegenseitiger Unterstützung. Unsere Mitarbeitenden, ihr Know-how und ihre Passion für den Sport sind unser größtes Kapital. Unsere Unternehmenswerte bilden die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir glauben, dass nur ein motivierendes und positives Arbeitsumfeld zu langfristigem und nachhaltigem Unternehmenserfolg führt.

Wir sind **integer**

Wir verpflichten uns zu den höchsten ethischen Standards. Wir sind ehrlich und übernehmen Verantwortung. Wir zeigen Zivilcourage und erheben unsere Stimme.

Wir stehen **zusammen**

Wir respektieren, vertrauen und beflügeln uns gegenseitig. Wir stellen das „WIR“ über das „ICH“ und agieren als Team. Wir sind offen für Diversität.

Wir zeigen **Leidenschaft**

Wir sind stolz auf das, was wir tun. Unsere Arbeit ist uns wichtig. Wir lernen und entwickeln uns aus unseren Erfahrungen weiter.

Wir pflegen eine **positive Denkweise**

Wir zeigen Erfolgswillen. Wir betrachten Herausforderungen als Chancen. Wir liefern Spitzenleistungen und Qualität.

Wir ergreifen die **Initiative**

Wir nehmen den Wandel an. Wir streben nach Innovation. Wir haben den Mut, es zu versuchen und dabei zu scheitern.

**This
isUs**

infront

Unser Verhaltenskodex (Code of Conduct)

Infronts Verhaltenskodex, der Infront Code of Conduct, spiegelt wider, wer wir sind und was uns wichtig ist. Er dient unseren Mitarbeitenden als Leitfaden, um im Einklang mit unseren Werten sowie mit Gesetzen, Vorschriften und Unternehmensrichtlinien zu handeln, die für unsere tägliche Arbeit gelten. Jeder bei Infront - von den Mitgliedern des Verwaltungsrats bis hin zu allen Führungskräften und Mitarbeitenden - ist verpflichtet, den Verhaltenskodex umzusetzen und dazu beizutragen, entsprechende Verstöße zu verhindern und gegebenenfalls zu melden. Das Gleiche erwarten wir von unseren Geschäftspartnern.

Der Infront Code of Conduct ist unsere moralische Satzung und unsere Verfassung. Seine Grundprinzipien sind in unseren verschiedenen Richtlinien ausformuliert. Dazu gehören die Richtlinien zur Sorgfaltspflicht gegenüber Geschäftspartnern, zur Korruptionsbekämpfung, zu Geschenken und Hospitality, zu Interessenkonflikten und zur Meldung von Fehlverhalten („Speak-up-Richtlinie“) sowie die internen Richtlinien zu internationalen Sanktionsgesetzen und zum Kartell- und Wettbewerbsrecht.

Darüber hinaus gibt der Code of Conduct Hinweise zur Sorgfaltspflicht beim Aufbewahren von Vermögenswerten und Unterlagen sowie von personenbezogenen Daten. Zudem bekennt sich Infront im Code of Conduct zu den Menschenrechten, zur Chancengleichheit und zur Verantwortung

gegenüber der Umwelt. Infronts erster Verhaltenskodex wurde im Jahr 2007 veröffentlicht und 2012 aktualisiert. Die derzeitige Fassung wurde im Jahr 2022 aktualisiert. Unsere Mitarbeitenden hatten während des Prozesses Gelegenheit, Input und Feedback zu geben. Im ersten Quartal 2023 hat der Verwaltungsrat der Gruppe die letzte Aktualisierung freigegeben. Sie wird den Mitarbeitenden von Infront im Laufe des weiteren Geschäftsjahres zur Verfügung gestellt.

Sorgfaltspflicht in der Lieferkette

Infronts Geschäftspartner sind der verlängerte Arm des Unternehmens. Unser Verhaltenskodex für Lieferanten (Supplier Code of Conduct) ist auf der Infront Website öffentlich zugänglich. Unsere Mitarbeitenden sind verpflichtet, sicherzustellen, dass sie Geschäftspartner nach unseren Grundsätzen und Standards auswählen und überprüfen. Darüber hinaus wendet Infront auf alle aktuellen und potenziellen Geschäftspartner einen risikobasierten Screening- und Überwachungsansatz an.

Wir arbeiten ausschließlich mit Geschäftspartnern zusammen, die in allen Ländern, in denen sie geschäftlich tätig sind, nach den dort geltenden rechtlichen und ethischen Standards handeln. Dies beinhaltet unter anderem die Gesetze zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption (wie den Foreign Corrupt Practices Act und den UK Bribery Act) oder auch Gesetze zu Handels- und Finanzsanktionen (einschließlich der von den

Vereinten Nationen, der EU und den USA verabschiedeten Gesetze) oder andere anwendbare Sanktionsgesetze. Mittel müssen grundsätzlich aus rechtmäßigen Quellen stammen. Entsprechende Compliance-Klauseln sind fester Bestandteil all unserer Verträge.

Freiberuflich Arbeitende, die für Infront arbeiten, müssen einen speziellen Verhaltenskodex unterzeichnen, der sicherstellt, dass ihr Verhalten und ihre Arbeitseinstellung mit den Werten von Infront übereinstimmen.

Chancengleichheit und Menschenrechte

Bei Infront bemühen wir uns um einen professionellen Arbeitsplatz, an dem Teamarbeit, gegenseitiges Vertrauen und Respekt gefördert werden. Unsere unterschiedlichen Stärken ergeben zusammengekommen ein schlagkräftiges Team. Wir sind ein Arbeitgeber, der Chancengleichheit fördert. Alle Einstellungsentscheide beruhen auf geschäftlichen Erfordernissen, den Anforderungen der jeweiligen Position und den Fähigkeiten und Qualifikationen der Bewerberinnen und Bewerber - ungeachtet von ethnischer Zugehörigkeit, Hautfarbe, Geschlecht, Nationalität, etwaigen Behinderungen, Alter, Religion oder anderen Aspekten von Diversität und möglicher Elternschaft. Wir sind bestrebt, einen vielfältigen und integrativen Arbeitsplatz zu schaffen. Ab Seite 36 erfahren Sie mehr darüber, wie wir inklusives Wachstum ermöglichen. Infront respektiert und unterstützt die in der UN-Menschenrechtserklärung („Universal Declaration of Human Rights“ bzw. UDHR)

festgelegten Grundsätze in vollem Umfang. Wir tätigen niemals wissentlich Geschäfte mit Personen oder Unternehmen, die an der Ausbeutung von Kindern oder an Kinderarbeit, körperlicher Bestrafung, Zwangsarbeit, Arbeit von Strafgefangenen oder an Menschenhandel beteiligt sind. Alle Lieferanten von Infront sind dazu verpflichtet, den Schutz der international anerkannten Menschenrechte anzuerkennen und alle maßgeblichen Gesetze und Vorschriften jenes Landes, in dem sie tätig sind, einzuhalten.

Meldung von Fehlverhalten ("Speak-up")

Infront fordert ihre Mitarbeitenden ausdrücklich dazu auf, beobachtetes oder vermutetes Fehlverhalten und Missachtungen unserer Verhaltenskodices und unserer Werte zu melden. Wir haben eine spezielle „Speak-Up Line“ eingerichtet, über die Mitarbeitende entsprechende Bedenken anonym melden können. Die Berichte gelangen direkt an Group Compliance.

Wer Bedenken bzgl. Missständen äußert oder an Untersuchungen mitwirkt, muss mit keinerlei Nachteilen seitens Infront oder Dritter rechnen, wenn er oder sie der begründeten Überzeugung ist, dass die vorgebrachten Informationen der Wahrheit entsprechen.

Wir verpflichten uns zu ethischen Geschäftspraktiken

Infronts Compliance-Management-System umfasst Maßnahmen in den Bereichen Kartellrecht und fairer Wettbewerb, internationale Sanktionen, Interessenkonflikte und Korruptionsbekämpfung. Dabei priorisiert Group Compliance ihre Aktivitäten auf Basis einer jährlich durchgeführten Risikobewertung.

Fairer Wettbewerb

Infront fördert und wahrt einen freien, fairen und wettbewerbsfähigen globalen Markt. Wir halten uns an die Regeln des lauten Wettbewerbs, wie es das Wettbewerbsrecht vorsieht. Unser Handeln muss stets im Einklang mit allen geltenden kartellrechtlichen und anderen wettbewerbsrechtlichen Vorschriften stehen. Infront verfügt über klare Regeln für den Umgang mit sensiblen Informationen und die Abgabe von gemeinsamen Angeboten sowie für das Aufeinandertreffen mit Wettbewerbern.

Due-Diligence von Geschäftspartnern

Infront wendet auf alle (potenziellen) Geschäftspartner einen risikobasierten Screening- und Überwachungsansatz an. Wird einer unserer Partner aufgrund seines Sitzes oder seiner Branche (beispielsweise Sportwetten, Krypto-Finance usw.) als riskant eingestuft, führt Compliance eine erweiterte Prüfung durch, die gegebenenfalls auch Recherchen in einer anerkannten Risiko-Datenbank umfasst.

Einen besonderen Schwerpunkt legt Infront bei den Screenings auf internationale Sanktionen, da das Unternehmen in den Geltungsbereich verschiedener Rechtsordnungen fällt und daher die jeweiligen Sanktionsgesetze befolgen muss.

Zentral sind hier insbesondere die Sanktionen der EU, der USA, des Vereinigten Königreichs und der Schweiz. Um sicherzustellen, dass Infront nicht gegen internationale Sanktionsgesetze verstößt, werden Geschäftspartner, die in einem Land ansässig sind, das internationalen Sanktionen unterliegt, in der Regel weiteren Due-Diligence-Maßnahmen unterzogen. Diese umfassen zum Beispiel wirtschaftlich Berechtigten.

Im Geschäftsjahr 2022 stufte Infront 4,4% ihrer Geschäftspartner aufgrund ihres Geschäftssitzes oder ihrer Branche als riskant ein (2021: 5,3%). Alle als riskant eingestuften Parteien wurden einer weiteren Sorgfaltsprüfung unterzogen. Die Fortsetzung der Zusammenarbeit war abhängig vom Ergebnis der Sorgfaltsprüfung.

Interessenkonflikte

Infront verpflichtet sich zu integrem Geschäftsgebaren. Dies beinhaltet auch, dass das geschäftliche Urteilsvermögen und die Entscheidungsfindung der Mitarbeitenden nicht unangemessen durch persönliche Interessen beeinflusst werden. Mit einer spezifischen Richtlinie und ergänzenden Online-Schulungen unterstützen wir unsere Mitarbeitenden darin, Interessenkonflikte zu erkennen und Situationen zu vermeiden,

in denen diese auftreten könnten. Sollten dennoch Interessenkonflikte auftreten, sind unsere Mitarbeitenden angehalten, den Konflikt offenzulegen und Empfehlungen zur Schadensminderung einzuholen. Etwaige Interessenkonflikte können auch über die „Speak-up Line“ gemeldet werden (siehe vorherige Seite).

Korruptionsbekämpfung

Infront duldet keine Form von Bestechung oder Korruption. Wir offerieren und akzeptieren Geschenke und Einladungen nur für legitime Geschäftszwecke und in einem angemessenen Rahmen. Wenn Geschenke und Einladungen einen festgelegten Betrag überschreiten, müssen sie auf der Compliance-Plattform von Infront registriert werden.

Eine spezifische Richtlinie unterstützt unsere Mitarbeitenden auch hier, kritische Umstände zu erkennen, die gegebenenfalls eine eingehendere Prüfung erfordern.

Alle Mitarbeitenden und Mitglieder der Kontrollorgane von Infront werden regelmäßig online zu Compliance-Themen (einschließlich Korruptionsbekämpfung) geschult. Im Jahr 2022 wurden keine bestätigten Korruptionsvorfälle verzeichnet.

Wir stärken unsere Compliance

Im Jahr 2012 führte Infront unter der Leitung von Group Compliance ein Compliance-Management-System ein, das seither kontinuierlich weiterentwickelt wurde. Laut einer internen Umfrage im Jahr 2022 sind 95% unserer Mitarbeitenden heute davon überzeugt, dass sie über die Instrumente und das Know-how verfügen, um Vorschriften einhalten zu können, und wissen, wo sie im Zweifelsfall Unterstützung erhalten.

Management- und Governance-Struktur

Infronts Compliance-Management-System wird zentral von Group Compliance betreut und durch lokale Compliance Desks in Deutschland, Österreich, Italien und Frankreich unterstützt. Diese Struktur sorgt für den effizienten und angemessenen Umgang mit allen auftretenden Compliance-Themen und bietet direkte Unterstützung für Management und Mitarbeitende.

Das Compliance Board gewährleistet die angemessene Organisation und Umsetzung von Infronts Compliance Management und überprüft beides regelmäßig. Die vierteljährlichen Zusammenkünfte werden vom Senior Director Group Compliance vorbereitet und geleitet. Das Compliance Board besteht derzeit aus sechs Mitgliedern. Dazu zählen der CEO und der General Counsel der Infront Gruppe sowie ein externer Berater. Vorsitzende und Mitglieder des Compliance Boards werden jährlich vom Board of Directors ernannt.

Zentral betreute Compliance-Plattform

Alle Unternehmensrichtlinien, Leitlinien, Tools und Schulungen zu Compliance-Themen sind zentral auf unserer 2020 eingeführten internen digitalen Compliance-Plattform verfügbar. Die Plattform hilft unseren Mitarbeitenden, mit Compliance-Risiken im Arbeitsalltag umzugehen.

ISO-zertifiziertes Compliance-Management-System

Das Compliance- und Anti-Korruptions-Management von Infront wurde 2022 von Austrian Standards ISO-zertifiziert. Austrian Standards ist eine akkreditierte Zertifizierungsstelle. Wir entsprechen den Anforderungen der folgenden **ISO-Normen:**

ISO 37301:2021 (Compliance-Management-Systeme)

Diese Norm definiert die Vorgaben für die Einrichtung, Entwicklung, Umsetzung, Bewertung, Aufrechterhaltung und Verbesserung eines effektiven Compliance-Management-Systems innerhalb von Unternehmen und enthält entsprechende Handlungsempfehlungen.

ISO 37001:2016 (Anti-Korruptions-Management-Systeme)

Diese Norm definiert die Vorgaben für die Einrichtung, Umsetzung, Aufrechterhaltung, Überprüfung und Verbesserung von Anti-Korruptions-Management-Systemen und enthält entsprechende Handlungsempfehlungen.

Die ISO-Zertifizierung umfasst unseren Schweizer Hauptsitz sowie unsere Unternehmensstandorte in Italien, Deutschland und Österreich. Dies entspricht 56,5% unserer Belegschaft gemessen an der Zahl der Vollzeitäquivalente. Infront strebt eine jährliche Erneuerung der Zertifizierung an.

HIGHLIGHT

Welche Vorteile hat ein ISO-zertifiziertes Compliance-Management-System für die Stakeholder von Infront?

Barbara Lustenberger, Senior Director Group Compliance, implementierte und entwickelte Infronts Compliance-Management-System und leitete den ISO-Zertifizierungsprozess im Jahr 2022.

Was bedeutet die ISO-Zertifizierung für Infront?

Wir haben intensiv an unserem Compliance-Management-System gearbeitet und waren immer von unserem Ansatz überzeugt. Die ISO-Zertifizierung bestätigt uns nun auch offiziell, dass wir über ein effektives Compliance-Management-System verfügen, das internationalen Standards entspricht und der Vorbeugung und frühzeitigen Aufdeckung von unangemessenem Geschäftsverhalten dient. Die Haftungs- und Reputationsrisiken unseres Unternehmens werden dadurch erheblich reduziert.

Wie lief das Zertifizierungsverfahren ab?

Es fanden zwei Audits statt. Der erste bestand aus intensiven Gesprächen mit unseren Mitarbeitenden aus der Compliance. Beim zweiten Audit, das drei Monate später stattfand, wurden über 35 Mitarbeitende aus verschiedenen Abteilungen und Hierarchieebenen befragt, um festzustellen, ob das Compliance-Management-System und das Anti-Korruptions-Management-System effektiv umgesetzt werden. Nach den Gesprächen hatten wir Zeit, um Maßnahmen zur Beseitigung kleinerer Mängel auszuarbeiten.

Sobald die angeregten Maßnahmen genehmigt sind, wird der Auditbericht vorgelegt.

Was ist das Ziel für das kommende Jahr?

Wir haben nun ein Jahr Zeit, um die vorgeschlagenen Maßnahmen umzusetzen. Üblicherweise wird ein Jahr nach dem zweiten Audit ein Überprüfungsaudit durchgeführt. Wir möchten uns jährlich neu zertifizieren lassen.

Welchen Nutzen hat die ISO-Zertifizierung für die Stakeholder von Infront?

Ein modernes Compliance-Management bietet zunächst unseren Mitarbeitenden zusätzlichen Schutz. Darüber hinaus dient es uns gegenüber Aufsichts- und Strafverfolgungsbehörden als Beleg, dass wir alles tun, um sicherzustellen, dass wir ethisch und moralisch korrekt arbeiten. Drittparteien können darauf vertrauen, dass unsere Geschäftspraktiken einwandfrei sind. Wir werden diesen Weg weiter beschreiten und kontinuierlich an einer positiven Compliance-Kultur für die gesamte Infront-Gruppe arbeiten.



Mehr zu Compliance bei Infront:
Barbara Lustenberger im
GAN Integrity Podcast.

IT-Sicherheit und Datenschutz

IT-Sicherheit und Datenschutz haben für Infront einen besonders hohen Stellenwert. Die technischen Verteidigungslinien werden von der IT-Abteilung der Gruppe implementiert und beaufsichtigt.

Infront verarbeitet personenbezogene Daten (z. B. Name, Anschrift, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer) stets im Einklang mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und in Übereinstimmung mit den für das jeweilige Tochterunternehmen geltenden landesspezifischen Datenschutzbestimmungen.

Infront hat zahlreiche technische und organisatorische Maßnahmen ergriffen, um einen möglichst umfassenden Schutz der Privatsphäre von Kunden und die Integrität personenbezogener Daten zu gewährleisten. Unsere IT-Richtlinie und -Handlungsempfehlungen, an die sich jedes Mitglied unseres Unternehmens

halten muss, werden neuen Mitarbeitenden im Rahmen der Einarbeitung nahegebracht. Wir führen regelmäßig Pflichtschulungen zum Thema Cybersicherheit sowie regelmäßige Phishing-Simulationen für alle Mitarbeitenden durch.

Auch finden regelmäßig IT-Sicherheitsaudits statt. Bei Infront gingen im Jahr 2022 keine Beschwerden über Verletzungen der Privatsphäre von Kunden oder Datenverluste ein.



Integrität leben: Unsere Ziele von 2023 bis 2025



Mitarbeitende dazu ermutigen, sich bei ethischen Fragen oder Bedenken beraten zu lassen und mutmaßliche Verstöße oder Bedenken zu melden.



Jährliche ISO-Rezertifizierung des Compliance-Management-Systems.



100% Abschlüsse bei Online-Compliance-Schulungen erreichen.



Sorgfaltsprüfung zu Kinderarbeitsrisiken in der Lieferkette gemäss Schweizerischem Obligationenrecht in 2023.





Schwerpunkt: 03

GESUNDHEIT FORDERN

Gesundheit steht bei uns im Mittelpunkt

Sport ist untrennbar mit Gesundheit, körperlichem und geistigem Wohlbefinden verbunden.

Sport beugt Zivilisationskrankheiten wie Übergewicht und Fettleibigkeit vor und senkt das Risiko von Krankheiten wie Diabetes oder Herzleiden. Sport wirkt sich auch positiv auf kognitive und soziale Fähigkeiten wie etwa die Bereitschaft zur Teamarbeit aus. Er bietet Ablenkung und stärkt die psychische Belastbarkeit. Dies kann uns beispielsweise dabei helfen, besser mit Stress oder den digitalen Informationsflut umzugehen.

Die genannten Vorteile von regelmässigem Sport haben viele Firmen dazu veranlasst, die körperliche Betätigung ihrer Mitarbeitenden zu fördern. Dafür bieten sie z. B. Vergünstigungen wie ermäßigte Mitgliedsbeiträge für Fitnessstudios oder die Möglichkeit zur Teilnahme an entsprechenden Sportprogrammen. Als Arbeitgeber im Sport ist Infront natürlich

ebenfalls bestrebt, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu fördern, sie bei sportlichen Aktivitäten zu unterstützen und für eine gesunde Work-Life-Balance zu sorgen. Zahlreiche Mitarbeitende von Infront stellen sich eigenen Herausforderungen, organisieren Trainingsgruppen und geben ihre Leidenschaft und Begeisterung für Sport gerne weiter.

Mit diversen Teilnehmersportformaten bietet Infront Arbeitskollegen, Freundesgruppen, Familien und Einzelpersonen die Möglichkeiten für gemeinsame Sporterfahrungen. Unser Ziel ist es, Menschen für einen aktiven und gesunden Lebensstil zu begeistern. Dafür bieten wir ihnen einen einfachen Zugang zu inspirierenden, inklusiven und motivierenden Teilnehmersportveranstaltungen.



**Mehr als
500 000**

Athletinnen und Athleten nehmen alljährlich an Sportveranstaltungen von Infront teil.

Wir unterstützen unsere Teams

Infront setzt sich nachdrücklich für eine gesunde Work-Life-Balance ein. Damit tragen wir zur physischen und mentalen Stärke unserer Mitarbeitenden bei.

Infront arbeitet auch mit vielen Selbstständigen und Auftragnehmern zusammen. Wir sind bestrebt, die Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, die sich aus deren Rolle und Tätigkeiten ergeben, auf ein Minimum zu reduzieren.



Mitarbeitergesundheit und -Wellbeing

Infront bietet auf allen Hierarchiestufen die Möglichkeit für Teilzeit. Bis zu 40% der Arbeit kann im Homeoffice erledigt werden, wenn die Rolle und Funktion des Mitarbeitenden dies zulassen. Unsere Mitarbeitenden können pro Jahr bis zu vier Wochen unbezahlten Urlaub nehmen, in Ausnahmefällen auch mehr.

Infront unterstützt ihre Mitarbeitenden in einem gesunden Lebensstil, indem sie sich finanziell an einer Jahresmitgliedschaft im Fitnessstudio oder einer Reihe anderer sportlicher Aktivitäten wie Fußball oder Hallenhockey beteiligt. Wir ermutigen unsere Mitarbeitenden, Interessengemeinschaften zu bilden, sich intern zu vernetzen, Kontakte zu knüpfen und bei unseren monatlichen „Company Days“ zusammenzukommen.

Infront unterstützt die Sportbegeisterung ihrer Mitarbeitenden (siehe nächste Seite) und bietet ihnen regelmäßig die Möglichkeit, als Freiwillige an einer unserer Sportveranstaltungen oder Active Lifestyle-Formate mitzuwirken. Im Jahr 2022 schickten wir beispielsweise neun Kollegen als Freiwillige zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ nach Katar, wo sie während vier Wochen bei insgesamt 64 Spielen in acht Stadien mithelfen konnten. Weitere Kolleginnen und Kollegen machten die Erfahrung, wie es ist, als Venue Manager an der Champions Hockey League oder einem Basketballspiel der FIBA Euro Basket mitzuwirken.



Um ihre langfristige berufliche Entwicklung zu unterstützen, erhalten unsere Mitarbeitenden zudem regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen zu den im Unternehmen benötigten Fähigkeiten.

Gesundheit und Sicherheit von Veranstaltungsmitarbeitenden

Gesundheits- und Sicherheitsrisiken können sich in allen Phasen der Produktion von Sportveranstaltungen ergeben. Sie betreffen insbesondere Angestellte und Freelancer, die in der audiovisuellen Produktion, da andere vor Ort ausgeführte Tätigkeiten ihre Dienste beeinträchtigen könnten. Infront beschäftigt eine spezielle Person, die mit Gesundheits- und Sicherheitsrisiken im Produktionsbereich befasst ist. Eine Risikobewertung der Veranstaltung sowie entsprechende Informationen über Präventions- und Notfallmaßnahmen sind Bestandteil eines jeden Einsatzvertrags.

Selbstständige und freiberuflich Arbeitende, die für die audiovisuellen Produktions- und Übertragungsdienste von Infront tätig sind, müssen vor der Beauftragung ihre fachliche Eignung nachweisen. Fremdfirmen sind verpflichtet, die vor Ort geltenden Sicherheitsvorschriften einzuhalten und die gesamte Ausrüstung muss den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. Die angemessene Kommunikation aller Bestimmungen gegenüber (weiteren) Subunternehmern sowie die Information und Schulung des gesamten Personals obliegt der Verantwortung jeweiliger Subunternehmer.

HIGHLIGHT

Wir teilen unsere Passion für Sport

Bei Infront sind wir leidenschaftlich sportbegeistert. Diese Leidenschaft möchten wir mit anderen teilen und sie für einen aktiven und gesunden Lebensstil motivieren und begeistern. Unsere Mitarbeitenden sind stolz auf das, was sie tun, und ihre Arbeit für den Sport ist ihnen wichtig.

Heidi Böttcher ist Sales Manager für Infronts Active Lifestyle-Marke „B2Run“ und selbst leidenschaftliche Läuferin. Zusammen mit ihrer Tochter Lisa absolviert sie die Events der Six Star Abbott World Marathon Majors (WMM) - eines nach dem anderen.

Heidi Böttcher begann im Alter von 14 Jahren mit ihrer Mutter zu laufen. Seitdem ist das Laufen ein wichtiger Teil ihres Lebens: „Ich habe viele Jahre im Ausland studiert und gearbeitet und dabei festgestellt, dass Laufen ein großartiger Weg ist, neue Orte zu erkunden“, erzählt sie. Bis 1998 war sie so unter anderem bereits die Marathons in New York, Hongkong und an der australischen Gold Coast gelaufen.

Als Sales Manager von „B2Run“ pflegt Heidi ihre Leidenschaft für das Laufen heute sogar im Job - und nimmt sie weiter mit nach Hause: Tochter Lisa begann, genau wie ihre Mutter, mit 14 Jahren zu laufen. Seither erleben Mutter und Tochter

gemeinsam die „Six Stars“ (siehe unten). Berlin (2019), Boston (2022) und Chicago (2022) sind sie schon gemeinsam gelaufen. Im März 2023 haben sie ihren vierten Six Star Marathon in Tokio absolviert. „Laufen ist für mich nicht nur ein Sport, sondern eine Lebenseinstellung“, sagt Heidi. „Laufen - speziell in der Natur - hält mich nicht nur körperlich, sondern vor allem auch geistig fit und gesund.“ Mit einer Zeit von 3h22 qualifizierte sich Heidi kürzlich für die Abbott WMM Wanda Age Group World Championships.

Lisa wurde von der Atmosphäre des Marathonlaufs gefesselt, als sie ihre Mutter zu den Läufen in Boston und Kapstadt begleitete: „Jeder Marathon ist anders: In Boston kommt man von Westen her in die Stadt, Chicago ist ein Rundkurs, in Berlin ist der Start das Highlight.“ Neue Orte in Laufschuhen zu entdecken, die unglaubliche Atmosphäre zu spüren und all das mit Familie und Freunden zu teilen, bringt Mutter und Tochter einander noch näher.



Was sind die Six Stars? Die Abbott World Marathon Majors (WMM) sind die sogenannten Six Star Marathons. Dazu zählen aktuell Tokio, Berlin, London, Chicago, Boston und New York. Der Sanlam Cape Town Marathon und der Sydney Marathon gelten derzeit als Anwärter für die Abbott WMM. Um zu den Six Stars zu zählen, müssen beide Marathons über einen Zeitraum von drei Jahren strenge Kriterien erfüllen. Infront hat in beide Veranstaltungen inklusive Sponsoringvermarktung und Medienrechte investiert und leistet in der Qualifikationsphase zum Abbott WMM Unterstützung (siehe Seite 12).



Heidi Böttcher
Sales Manager „B2Run“ und ihre Tochter Lisa

Wir tragen zur öffentlichen Gesundheitsförderung bei

Unser Engagement im Sport geht über den professionellen Bereich hinaus. Ein aktiver Lebensstil ist auch von grossem gesellschaftlichem Interesse.

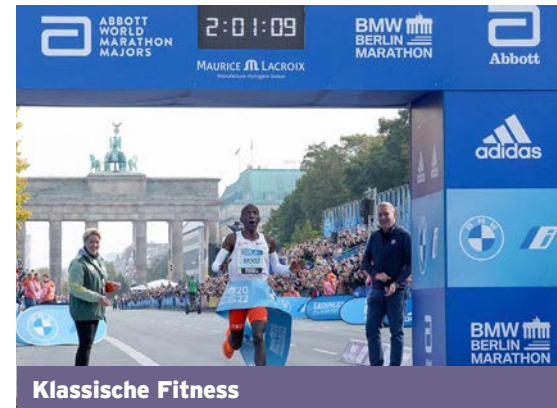
Mit diversen Teilnehmersportformaten möchte Infront motivierende, inklusive Sporterlebnisse schaffen, die Fitness und das Wohlbefinden der Teilnehmenden fördern und zugleich das Bewusstsein für körperliche und geistige Gesundheit in der Gesellschaft stärken. Gemeinsam mit unseren Partnerunternehmen tragen wir damit aktiv zur öffentlichen Gesundheitsförderung bei.

Unser Active Lifestyle-Portfolio weckt die Begeisterung für Sport

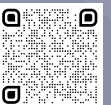
Von mehrtägigen Ausdauersportveranstaltungen bis hin zu kürzeren Volksläufen: Infront besitzt, organisiert, unterstützt und lizenziert ein breites Portfolio an Teilnehmer-sportveranstaltungen. Dazu gehören etwa Kurz- und Langstrecken, Wanderungen, Fitnesswettbewerbe, Straßenradfahrten oder Hindernisläufe. Wir sprechen Profis, Amateure oder auch die Teams von Unternehmen an.

Infronts Active Lifestyle-Portfolio umfasst unter anderem die populäre europäische Firmenlaufserie B2Run, die Outdoor-Erlebnisse von Megamarsch und Threshold, die Hindernisläufe XLETIX, XLETIX Kids und Muddy Angel Run oder auch HYROX, the World Series of Fitness Racing.

Darüber hinaus hält Infront Anteile am Sydney Marathon und am Sanlam Cape Town Marathon – beide Abbott World Marathon Major (AWMM) Kandidaten – und pflegt vertragliche Partnerschaften mit Abbott WMM, Acea Run Rome the Marathon und dem BMW Berlin Marathon.



Scannen Sie den QR-Code oder klicken Sie auf den folgenden Link, um mehr über unsere **Active Lifestyle-Veranstaltungen** zu erfahren.



HIGHLIGHT

Gemeinsam Hindernisse überwinden und dabei Spaß haben: die XLETIX-Challenge

Caro Tonn und Frank Fritzsche leiten gemeinsam das Geschäft von XLETIX. Der Extrem-Hindernislauf aus Infronts Active Lifestyle-Portfolio umfasst auch Veranstaltungen speziell für Kinder und Frauen.

Die XLETIX Challenge ist ein Extrem-Hindernislauf. Beim Anblick der Hindernisse kann einem schon mal mulmig werden. Das ist nur was für Durchtrainierte, oder?

Jein...- bei der XLETIX Challenge sollten die Teilnehmenden schon eine gewisse Grundsportlichkeit mitbringen. Allerdings können eventuelle Schwächen durch ein gutes Team sehr gut ausgeglichen werden. Bei uns geht es um Teamgeist und gegenseitige Unterstützung - auch über die Grenzen des eigenen Teams hinaus gilt: Ein Team. Ein Ziel!

Die XLETIX Challenge ist zwar unsere erste Hindernislaufserie gewesen aber schon lang nicht mehr die einzige und mitnichten die größte - mit dem schauinsland Muddy Angel Run nur für Frauen und XLETIX Kids für alle Familien mit Kindern zwischen 5 und 15 Jahren, haben wir zwei weitere Formate im deutschsprachigen Raum etabliert. Auch hier geht es um das Erlebnis im Team - aber vor allem sollen alle Teilnehmenden jede Menge Spaß haben. Insgesamt erwarten wir in diesem Jahr über 225 000 Menschen.

Der Muddy Angel Run ist ausschließlich für Frauen gedacht. Warum brauchen Frauen eine eigene Veranstaltungskategorie?

Es geht nicht in erster Linie um die „eigene Kategorie“, sondern vielmehr um einen anderen Ansatz: Frauen wollen und sollen einen unbeschwerten Tag mit ihren besten Freundinnen, Müttern, Töchtern oder Kolleginnen verbringen - ganz ohne Leistungsvergleich und ohne Bewertung. Es geht um gemeinsame Erinnerungen und Spaß, nicht um Wettbewerb.

Was haben Kinder langfristig von einer Teilnahme an XLETIX Kids?

XLETIX Kids ist eine Gelegenheit für Familien, gemeinsame Erinnerungen und Erlebnisse zu schaffen. Diese Idee spricht oft in erster Linie die Eltern an. Häufig sind die Kinder im Vorfeld etwas skeptisch und können sich nur schwer vorstellen, was sie erwartet. Spätestens nach dem Startschuss auf dem Parcours sieht man den Kindern aber den Spaß und die Unbeschwertheit an, mit der sie die Hindernisse meistern, und nicht selten auch ihre schwitzenden Eltern ein paar Meter hinter sich lassen. Die Selbstverständlichkeit und der Spaß an der Bewegung ist das zentrale Thema und die wichtigste Erfahrung die wir den Kindern (und Eltern) bieten wollen. Darüber hinaus klären wir mit unserem Partner Gut Drauf e.V. über einen insgesamt gesunden Lebensstil hinsichtlich Bewegung, Ernährung und mentaler Gesundheit auf.



Gesundheit fördern: Unsere Ziele von 2023 bis 2025



Eine regelmäßige Mitarbeitendenaktion zur Förderung einer ganzheitlich gesunden Lebensweise (Körper, Geist und Seele) ins Leben rufen.



Durchschnittlich mindestens 5% mehr Teilnehmende pro Jahr für Active Lifestyle-Veranstaltungen gewinnen.



Die XLETIX Kids-Veranstaltungen weiter ausbauen, um einen aktiven Lebensstil von Familien und Kindern zu fördern.



Öffentlich-private Partnerschaften und/oder die Unterstützung von Kampagnen evaluieren, die im Rahmen des Active Lifestyle-Portfolios zur öffentlichen Gesundheitsförderung beitragen.





Schwerpunkt: 04

INKLUSIVES WACHSTUM ERMÖGLICHEN

Wachstum muss alle mit einbeziehen

Sport verbindet und hilft Menschen dabei, persönliche, kulturelle, soziale oder wirtschaftliche Unterschiede zu überwinden. Doch auch der Sport muss Gleichstellung und Inklusion weiter voranbringen.

Viele staatliche und nichtstaatliche Organisationen (NGOs) nutzen den Sport, um eine gleichberechtigte und inklusivere Gesellschaft zu formen. Infront ist z. B. Partner der NGOs „Right To Play“ und Ukrainian Hockey Dream (UHD) Foundation. Beide zielen darauf ab, Kinder durch Sport zu stärken und ihnen zu helfen, über widrige Lebensumstände hinwegzukommen (mehr dazu auf Seite 42). Doch auch im Sport gibt es in Sachen Gleichstellung der Geschlechter und Inklusion noch etwas zu tun. 2022 erhielt der Frauensport, angetrieben von drei erfolgreichen internationalen Frauenwettbewerben (UEFA Women's Euro 2022, EHF Women's Euro 2022 und FIBA Women's World Cup 2022), enormen

Aufwind. Dies führte dazu, dass auch Themen wie die Chancen- und Lohngleichheit von Sportlerinnen und Sportlern oder eine gleichwertige Medienberichterstattung über Männer- und Frauensport vermehrt diskutiert wurden. Infront begleitet alljährlich Hunderte von Veranstaltungen im Frauensport und unterstützt diesen dadurch (siehe dazu auch Seite 14). Als Arbeitgeber begrüßen wir die Vielfalt, die mit der Globalisierung des Sportgeschäfts einhergeht. Unser internationales Team arbeitet in 40 Niederlassungen in aller Welt. Wir sind ein Arbeitgeber, der Chancengleichheit fördert. Wir unterstützen Eltern und junge Familien, mit Teilzeit und Homeoffice und bieten jungen Talenten spezifische Programme für den Berufseinstieg im Sport.



37%

beträgt der Frauenanteil in der Belegschaft von Infront.

Wir feiern Vielfalt

Infronts Standorte weltweit (Stand 31. Dezember 2022)

Infront ist ein international tätiges Unternehmen mit einem multikulturellen Arbeitsumfeld. Die 174 Mitarbeitenden in unserer Schweizer Unternehmenszentrale stammen aus mehr als 20 Ländern. 80% unserer Mitarbeitenden sind an verschiedenen Standorten auf der ganzen Welt tätig.



63%

37%

Mitarbeiter

Mitarbeiterinnen



23%

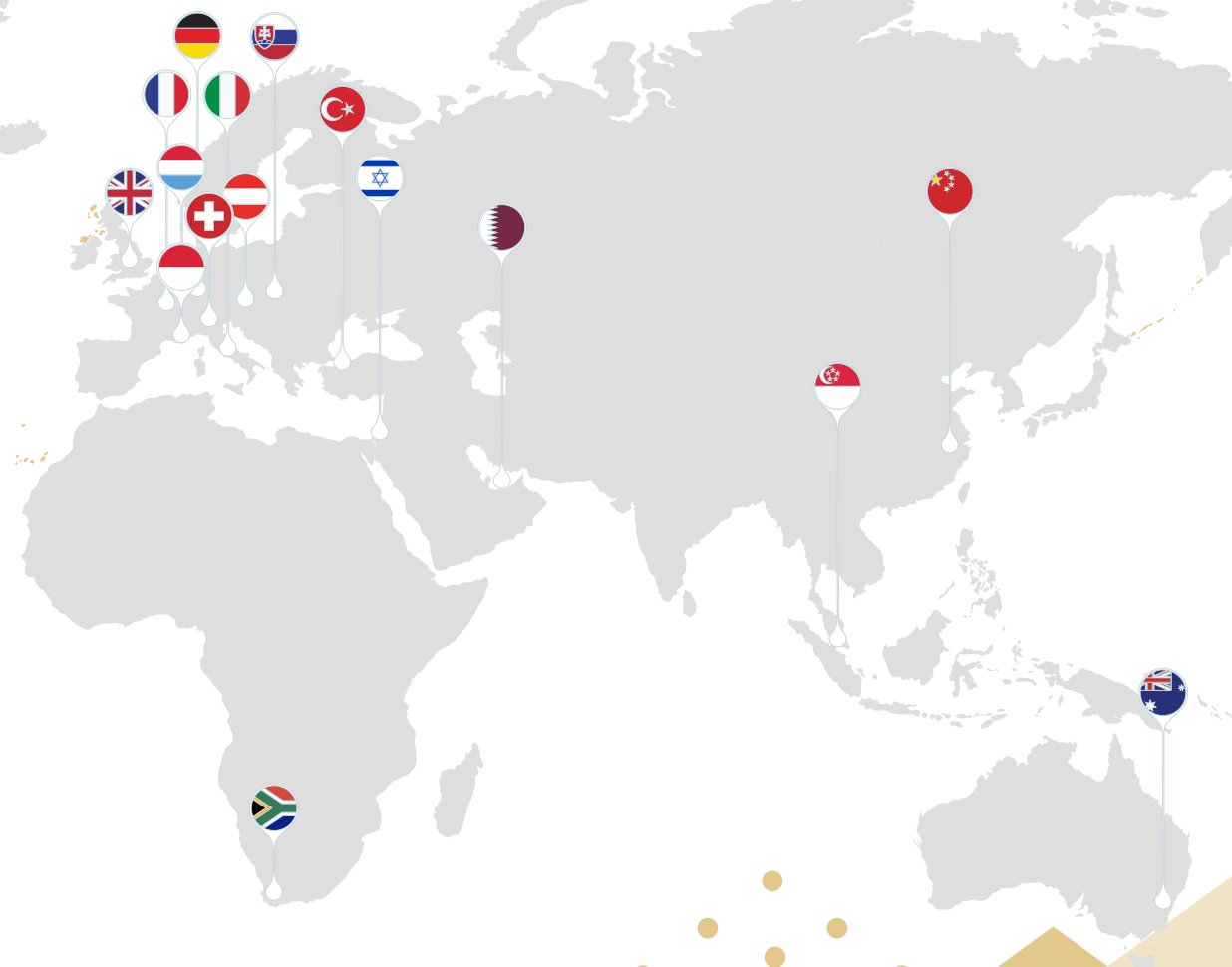
67%

10%

51 Jahre oder älter

30-50 Jahre

29 Jahre oder jünger



Wir bieten Chancengleichheit

Infront setzt sich für eine diverse und inklusive Arbeitsumgebung ein. Wir sind ein Arbeitgeber, der Chancengleichheit unterstützt. In der Schweiz sind wir seit 2022 Equal Pay zertifiziert. Unsere Einstellungsentscheide basieren auf geschäftlichen Erfordernissen, den Anforderungen der jeweiligen Position sowie den Fähigkeiten und Qualifikationen der Bewerberinnen und Bewerber – ungeachtet jeglicher Diversitätsaspekte wie ethnischer Zugehörigkeit, Hautfarbe, Geschlecht, Nationalität, etwaigen Behinderungen, Alter, Religion oder möglicher Elternschaft.

Zertifizierte Lohngleichheit (Equal Pay) am Schweizer Hauptsitz

Gemäß dem revidierten Gleichstellungsgesetz müssen in der Schweiz ansässige Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden ab 2020 mindestens eine interne Lohngleichheitsanalyse durchgeführt haben. Unternehmen, die Equal Pay zertifiziert wurden, sind nicht verpflichtet, die Analyse zu wiederholen. Infront hat die Lohngleichheitsanalyse für den Berichtszeitraum 2020/2021 durchgeführt und dabei den August als Referenzmonat definiert. Alle Berechnungen wurden mit dem Standardanalysemodell der Schweizerischen Eidgenossenschaft („Logib“) gemacht und umfassten alle am Hauptsitz von Infront beschäftigten Mitarbeitenden.

Unter Berücksichtigung der individuellen persönlichen Qualifikations- und Arbeitsplatzmerkmale gibt es keinen statistisch gesicherten, unerklärten Lohnunterschied zwischen den männlichen und weiblichen Mitarbeitenden in der Unternehmenszentrale von Infront. Die Analyse wurde von EY Schweiz geprüft.

Dualer Bachelorstudiengang bei Infront Germany

Um junge Talente zu fördern und langfristige Perspektiven zu schaffen, hat Infront Germany in Kooperation mit der Hochschule für angewandtes Management (HAM) den dualen Bachelor-Studiengang „Sportmanagement mit dem Branchenschwerpunkt Sportmarketing und Entertainment“ eingerichtet. In sechs Semestern erwerben die Studierenden den Bachelor of Arts und arbeiten bei Infront

Germany im gewünschten Aufgabenbereich. Die Studierenden erhalten einen langfristigen, praxisnahen Einblick in das Sportmarketing und können sich so auf künftige Herausforderungen vorbereiten. Gleichzeitig kann Infront Studierende gezielt unterstützen und ihnen die Möglichkeit bieten, weiter im Unternehmen zu arbeiten. Im Jahr 2022 hat die erste Gruppe, bestehend aus vier Frauen und zwölf Männern, das Studium erfolgreich abgeschlossen.

Inzwischen hat Infront den Studiengang für Bewerbungen von Studierenden verschiedener Fachrichtungen und Abschlüsse geöffnet. Sie können die Ausbildung bei Infront jederzeit zu einem individuell vereinbarten Starttermin beginnen.

Beitrag zum akademischen Dialog

Im Rahmen des durch die Studie „Brave New Sport“ initiierten Multi-Stakeholder-Dialogs (siehe Seite 18), war Infront im Jahr 2022 in 25 Foren und Veranstaltungen vertreten. Dort teilte sie ihre die Zukunft des Sports betreffenden Erkenntnisse und Szenarien mit Studierenden, Kolleginnen und Experten aus verschiedenen akademischen Bereichen. Dazu gehörten Präsentationen und Diskussionen an den Universitäten Zürich und St. Gallen und am Swiss Olympic Forum sowie eine exklusive Masterclass im Rahmen des Sportbusiness-Kongress SPOBIS. Infront trägt zudem zum Branchendialog über Good-Governance-Praktiken im Sport bei, initiiert entsprechende Veranstaltungen und Kommunikationsformate oder beteiligt sich an solchen.

Die HBS Broadcast Academy

Host Broadcast Services (HBS) ist Infronts Produktionsspezialist mit Sitz in Frankreich (Paris/Boulogne). HBS wurde 1999 gegründet, um die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2002™ in Korea und Japan als Host Broadcaster zu übertragen. Seither hat sich das Unternehmen zu einem renommierten Experten für Host Broadcasting entwickelt, das über Fachwissen und Projektmanagement Erfahrung bei einigen der prestigeträchtigsten Sportveranstaltungen weltweit verfügt.

Die Broadcast Academy wurde von HBS gegründet, um Kenntnisse und Erfahrungen in der audiovisuellen Sportberichterstattung aufzubauen, dieses Wissen weiterzugeben und die Standards für Sportübertragungen auf internationaler Ebene zu verbessern. Die Programme der Broadcast Academy, z. B. Masterclasses in Live-Sportregie, werden in mehr als 20 Ländern weltweit durchgeführt.

Die Academy stützt sich auf Experten, die Rundfunkfachleuten dabei helfen, ihre Fähigkeiten zu verbessern. Die Module sind ein internationales Fachpublikum konzipiert. White-Label-Legacy-Programme werden speziell für Sportverbände und Veranstaltungsorganisatoren entwickelt. Die HBS Broadcast Academy bildet durchschnittlich 6 000 TV-Fachleute pro Jahr aus verschiedenen Bereichen aus.

Förderung von Gleichstellung und Vielfalt in der Sportberichterstattung

Die Sportberichterstattung ist ein wirkungsvolles Instrument, um die Massen zu erreichen und Normen und Stereotypen zu verändern. Sportübertragungen können Althergebrachtes in Frage stellen und eine ausgewogene Darstellung von Männer- und Frauensportarten sowie eine faire Darstellung von Sportlern – unabhängig von deren Geschlecht – fördern. Allerdings ist die Sportregie selbst noch immer eine von Männern dominierte Branche. Die Broadcast Academy bietet verschiedene Initiativen zur Förderung weiblicher Rundfunkfachleute an. Ziel ist es, Frauen die Möglichkeit zu geben, ihr Talent zu entwickeln und sie zu ermutigen, TV-Regisseurinnen im Sportbereich zu werden.

Stipendien der Academy

Für Frauen werden spezielle Stipendien zur Verfügung gestellt, damit sie an den Lehrgängen teilnehmen und von den besten SportregisseurInnen der Welt lernen können.

Project Access

Diese branchenübergreifende Initiative zur Verbesserung der Ein- und Aufstiegsmöglichkeiten von Frauen im Sportfernsehen wird von HBS gemeinsam mit IMG, der English Football League (EFL) und der Fédération Française de Tennis (FFT) unterstützt. Project Access bietet ausgewählten Kandidatinnen Stipendien und Beihilfen für die Teilnahme an branchengeführten Schulungen. Herausragende Teilnehmerinnen erhalten die Gelegenheit, bei großen Sportveranstaltungen mitzuarbeiten oder zu hospitieren und werden längerfristig von Expertinnen und Experten betreut. Das Programm wird durch Workshops und Vorträge an Medienuniversitäten und auf Rundfunkkongressen ergänzt, um der nächsten Generation, die in der Branche Fuß fassen möchte, die Türen zu öffnen.

Partnerschaft mit der UNESCO

Als gemeinsames Projekt mit der UNESCO bietet die HBS Broadcast Academy einen Einführungskurs in Gender-transformative Sportberichterstattung an, der sich an Regisseure, leitende Produzenten und Reporter richtet. Im Einklang mit der Vision der UNESCO, eine vollständige Gleichstellung der Geschlechter in den Medien zu erreichen, hat die Broadcast Academy auch versucht, gendersensitive Indikatoren für Medien (GSIM) in ihren Kursen zu implementieren. Rundfunk- und Fernsehschaffende werden mit den erforderlichen Fähigkeiten ausgestattet, um potenziell unausgewogene Situationen zu vermeiden.



Für weitere Informationen scannen Sie den QR-Code oder klicken Sie auf den folgenden Link: [HBS Broadcast Academy](#)



HIGHLIGHT

Mehr Frauen in der Sport-Fernsehproduktion

Am Finalwochenende der EHF EURO 2022 der Frauen gab es einen neuen Rekord im Handball- und zwar hinter den Kulissen. Das Übertragungsteam, das schon während der Veranstaltung zu 50% aus Frauen bestanden hatte, wuchs mit dem Eintreffen weiterer Replay-Operators, sodass der Frauenanteil im Team zuletzt zwei Drittel betrug. Regisseurin Gudrun Wanek leitete das Team. Gudrun stieg 2012 in die Regiearbeit ein, nachdem ihre Karriere 2004 als Replay-Operator begonnen hatte. Sie ist auch Mentorin der HBS Broadcast Academy.

„Die Aufgabe der Regisseurin besteht im Wesentlichen darin, dafür zu sorgen, dass das Publikum bei der Übertragung alle Aspekte des Ereignisses miterleben kann“, erklärt Gudrun. „Normalerweise arbeite ich in einem Ü-Wagen (Übertragungswagen), wo ich vor einer Monitorwand sitze, auf der alle verfügbaren Quellen angezeigt werden – Kameras, Zeitlupen, Wiedergabeausgänge, TV-Grafiken, Bild-in-Bild-Frames für Videowiederholungen und so weiter. Ich arbeite mit einem Bildmischpult, auf dem jede Taste für eine andere Quelle steht.“

Überlegt man, wie Sportlerinnen und Sportler dargestellt werden, fällt einem auf, dass sich Medienschaffende häufig auf die Spielerinnen und Spieler konzentrieren, die sie für attraktiv halten oder körperliche Merkmale der Sportlerinnen und Sportler hervorheben. „Darauf habe ich meine Kameralleute

hingewiesen“, sagt Gudrun. „Wir besprechen verschiedene Aufwärm-übungen der Mannschaften oder Momente während des Spiels, die bestimmte Körperteile betonen, würden sie im Fernsehen gezeigt.“

Nicht nur im Hinblick auf die Sportlerinnen und Sportler sind bestimmte Aufnahmen potenziell problematisch, sondern auch im Hinblick auf die Zuschauerinnen und Zuschauer. „Wenn man Aufnahmen von Menschenmengen macht oder die Kameralleute bittet, Menschen in einer Menge auszumachen, wählen viele von ihnen die schönste Frau, die sie finden können“, erklärt Gudrun und fügt hinzu, dass die FIFA diese Art der Auswahl inzwischen als Bestandteil ihrer Produktionsrichtlinien ausgeschlossen hat.

Im Sport-TV gibt es nur wenig Gender-Diversität: Weibliche Kommentatoren sind kaum vertreten und es gibt nur sehr wenige Frauen wie Gudrun. Sie glaubt aber nicht, dass Frauen sich nicht für solche Aufgaben interessieren. Viele Menschen wissen schliesslich gar nicht, wie die Produktion von Sportfernsehen funktioniert. Wie oft sehen also Mädchen und junge Frauen ihresgleichen in einer entsprechenden Position und denken: „Das könnte ich auch machen“?



Dieser Artikel wurde von der EHF-Journalistin Courtney Gahan bei der EHF Frauen-Europameisterschaft 2022 verfasst. **Den ganzen Artikel lesen Sie hier.**

Gudrun Wanek Director, Infront Productions

Wir ermöglichen Menschen, ihre Leidenschaften und Träume zu leben

Viele Staaten und NGOs nutzen Sport, um Gesundheit und Inklusion zu fördern. Gleichzeitig dient ihnen der Sport als Plattform für ihre Botschaft. Infront unterstützt ausgewählte Organisationen für den guten Zweck.

2022: Spende für die Ukrainian Hockey Dream Foundation

Im Dezember 2022 ging Infront eine Partnerschaft mit der Stiftung Ukrainian Hockey Dream (UHD) Foundation ein. Die UHD Foundation ist eine offiziell eingetragene Wohltätigkeitsorganisation, die vom ukrainischen Eishockeyverband gegründet wurde und in einer für das Land verheerenden Zeit Unterstützung bietet. Hockey ist nach wie vor eine der beliebtesten Sportarten in der Ukraine und für viele Menschen Teil eines Lebensstils, den der Krieg derzeit stark beeinträchtigt. 40% aller Eishockeystadien wurden während des Krieges entweder beschlagnahmt oder zerstört und in den übrigen ist es kaum möglich, Eishockeyschulen und -mannschaften trainieren zu lassen.

Als langjähriger Partner des internationalen Eishockeys hat Infront ihre jährliche Wohltätigkeitsspende im Jahr 2022 an die UHD Foundation vergeben, um sie dabei zu unterstützen, den Eishockeysport in der Ukraine durch schwierige Zeiten zu begleiten und das ukrainische Volk im Eishockey zu vereinen. Mit der Spende finanziert Infront den Betrieb von sieben Eishockeyschulen in der West- und Zentralukraine, damit diese weiterhin arbeiten und junge Eishockeyspieler aufs Eis bringen können. Dies trägt hoffentlich sowohl zum sportlichen Erfolg als auch zur Gesundheit der Jungen und Mädchen bei.

Infronts offizieller Charity Partner in Deutschland: Right To Play

In Deutschland arbeitet Infront mit der Non-Profit-Organisation Right To Play zusammen. Right To Play stärkt das Selbstvertrauen der Kinder durch jede Art von Spiel und vermittelt ihnen das Wissen, das sie brauchen, um Schwierigkeiten überwinden und selbst positiven Wandel herbeiführen zu können. Die Organisation erreicht Kinder in 15 Ländern Afrikas, Asiens, des Nahen Ostens und Kanadas. Sie hilft ihnen dabei, bis zum Abschluss in der Schule zu bleiben, sich gegen Ausbeutung zu wehren und Vorurteile zu überwinden. Die Kinder lernen, sich vor Krankheiten zu schützen, und können sich von der harten Realität des Krieges und Missbrauch erholen.

Abgesehen von einer jährlichen Spende unterstützt Infront Right To Play auch durch ihr Fachwissen und ihr Netzwerk in der Beschaffung von Mitteln. Als offizieller Charity Partner ausgewählter Infront-Veranstaltungen profitiert Right To Play vom Sport als Plattform. Infront trägt damit dazu bei, die Reichweite der NPO zu erhöhen und breite Unterstützung für das gemeinsame Ziel zu erzielen: Spiel, Sport und Frieden für die Entwicklung in Afrika, Asien und im Nahen Osten.

Zusammenarbeit mit Wohltätigkeitsorganisationen in UK

Infronts hundertprozentige Tochter Threshold Sports ist Partnerin von über 25 Wohltätigkeitsorganisationen und arbeitet mit Hunderten weiterer Organisationen im Vereinigten Königreich (UK) zusammen.

Dazu gehören etwa Wohltätigkeitsorganisationen wie Macmillan Cancer Support, Big Change, Vodafone Foundation, Comic Relief oder Cancer Research UK. Die Zusammenarbeit an den sportlichen Ausdauerwettbewerben von Threshold ermöglicht es ihnen, ihren Fundraisingerfolg zu maximieren und breite öffentliche Unterstützung zu erlangen. So gewann etwa der Threshold-Kunde NatWest Group bei den Better Society Awards 2022 die Auszeichnung „Best Scheme to Encourage Staff Fundraising“. Britische Wohltätigkeitsorganisationen aller Größenordnungen profitieren von den von Threshold angebotenen Veranstaltungen, wobei im Jahr 2022 mehr als zwei Millionen britische Pfund eingesammelt wurden.

Weitere Charity Partner im Active-Lifestyle-Geschäft

Im Geschäftsbereich Active Lifestyle sind mehrere Tochtergesellschaften von Infront spezifische oder projektbezogene Partnerschaften für wohltätige Zwecke eingegangen. Hier zwei Beispiele:

- XLETIX unterstützt die „Gut Drauf“-Initiative von transfer e. V., einem gemeinnützigen Verein mit Sitz in Köln, der als freier Träger der Kinder- und Jugendhilfe anerkannt ist.
- B2Run arbeitet in Deutschland jeweils mit DKMS, einer internationalen Non-Profit-Organisation, die sich dem Kampf gegen Blutkrebs und Blutkrankheiten verschrieben hat und unterstützt in der Schweiz das Schweizerische Rote Kreuz.

Inklusives Wachstum ermöglichen: Unsere Ziele von 2023 bis 2025



Die an unserem Hauptsitz etablierte Lohnvergleichsanalyse für alle Infront-Standorte realisieren.



Ein Pilotprojekt im Mitarbeitervolunteering durchführen und ein internationales Roll-out von Volunteeringprojekten evaluieren.



Weiterbildungsmöglichkeiten schaffen, um inklusives Wachstum sowohl bei Infront als auch in der Branche zu fördern.



Die verfügbaren Daten zu Personaleinstellungen, Mitarbeiterbindung und Karriereentwicklung in ausgewählten Schlüsselmärkten qualitativ und quantitativ analysieren. In einem ersten Schritt darauf basierend potenzielle Maßnahmen zur Verbesserung der Gender-Diversität ermitteln.





Schwerpunkt: 05

KLIMA- WANDEL BEKÄMPFEN

Der Klimawandel gefährdet unser Business, unsere Gesundheit und unsere Lebensgrundlage

Der Klimawandel hat erhebliche Auswirkungen auf die globale Sportbranche. Bei Infront nehmen wir das ernst.

Mit der steigenden Erwärmung unseres Planeten wird es zunehmend unangenehm, Outdoor-Sportarten zu betreiben, und selbst das Zuschauen wird manchmal schwierig. Hohe Temperaturen, starke Regenfälle oder unvorhergesehene Unwetter zwingen Veranstalter, Spiele abzusagen oder zu verschieben. Der alpine Wintersport ist durch unberechenbare Witterungsverhältnisse und weniger Schnee in den traditionellen Wintersportgebieten besonders herausgefordert.

Umgekehrt sind die Auswirkungen der globalen Sportindustrie auf Umwelt und Klima offensichtlich: Die Kommerzialisierung des Sports führt zu einem Ausbau der Infrastruktur und Stadien, erhöht den Energieverbrauch für die Veranstaltungs- und Medienproduktion und erfordert die Anreise von Teilnehmern, Veranstaltungspersonal und Fans.

Daraus folgt ein fortwährender Anstieg der Emissionen. Das weltweite Interesse am Sport, die Milliarden von Fans, die er erreicht, und die Medienberichterstattung, die er erzeugt, sind jedoch auch eine starke Plattform. Die Sportbranche hat so die Möglichkeit, bei der Bewältigung des Klimawandels eine herausragende Rolle zu spielen und eine große Zielgruppe miteinzubinden.

Gemeinsam mit Kunden und Partnern hat Infront begonnen auszuloten, wie wir mit der globalen Erwärmung umgehen, unsere Auswirkungen eindämmen und ein Bewusstsein dafür schaffen. Die Reduktion der Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette ist dabei genau so wichtig, wie die Evaluation neuer Lösungen, um sich an die Herausforderungen der globalen Erwärmung anzupassen.

1 900 tCO₂

Emissionen, die 2022 im Rahmen unserer B2Run Laufserie angefallen sind, und von uns kompensiert wurden.

Wir bilanzieren unsere Emissionen

Die Auswirkungen des Klimawandels auf die globale Sportindustrie nehmen zu und auch Infronts Geschäft ist davon betroffen. Umgekehrt hat Infronts Geschäftstätigkeit ebenfalls Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima.

Um die CO₂-Bilanz unseres Unternehmens bewerten zu können und einen Ansatzpunkt für effektive Maßnahmen zur Emissionsreduktion zu haben, hat Infront 2022 mit der jährlichen Bilanzierung von Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) begonnen. Unabhängig davon haben mehrere Tochtergesellschaften unserer Gruppe bereits eigene Umweltmaßnahmen ergriffen (siehe Seite 48).

Im Rahmen unserer CO₂-Bilanz werden die größten Emissionsquellen der Infront Gruppe identifiziert. Dies ist ein wichtiger erster Schritt im unternehmerischen Klimaschutz, da wir so aufzeigen können, welche Bereiche bei der Emissionsreduktion und -vermeidung vorrangig angegangen werden sollten.

2022 hat Infront in Zusammenarbeit mit einem spezialisierten Drittanbieter die erste CO₂-Bilanz des Unternehmens erstellt. Diese erste CO₂-Bilanz erfasst die Emissionsdaten

aller Gesellschaften innerhalb der Infront Gruppe (Operational Control Approach) vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022. Die Emissionen wurden dabei unter Verwendung von unternehmerischen Verbrauchsdaten sowie der vom Drittanbieter recherchierten Emissionsfaktoren berechnet und in in CO₂-Äquivalenten (CO₂e) ausgewiesen.

Wo immer möglich, haben wir Primärdaten verwendet. Waren keine Primärdaten verfügbar, kamen Sekundärdaten aus seriösen Quellen zum Einsatz. Die Emissionsfaktoren wurden wissenschaftlich anerkannten Datenbanken wie jenen der ecoinvent Association oder des DEFRA entnommen.

Wir verpflichten uns, die Qualität der Daten, auf denen unsere CO₂-Bilanz basiert, kontinuierlich zu verbessern und möglicherweise vorhandene Datenlücken zu schließen.



Unsere CO₂-Bilanz 2022

Emissionsquellen und Reduktionspotenzial

Infronts CO₂-Bilanz weist die Emissionsquellen in drei vordefinierten Dimensionen (Scopes) aus:

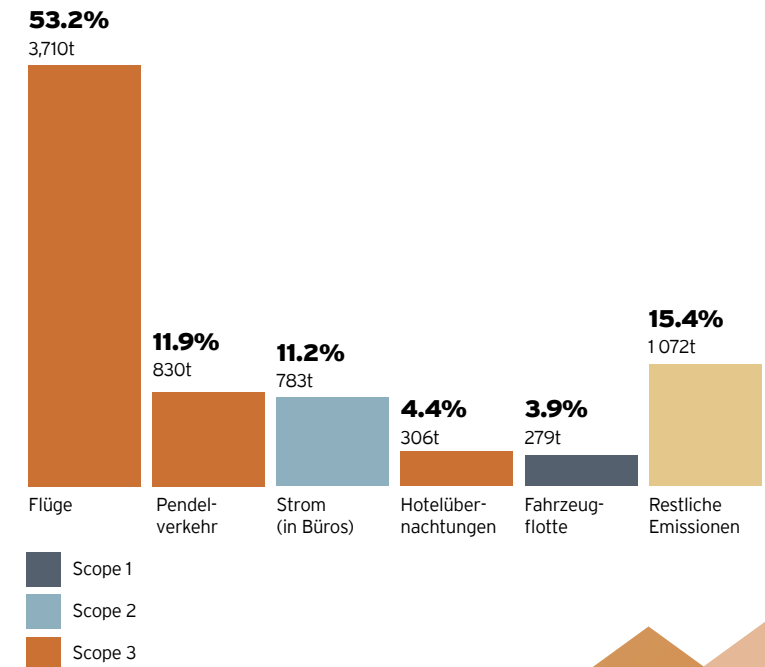
- Scope 1 umfasst alle direkt von unserer Unternehmensgruppe erzeugten Emissionen, beispielsweise durch unsere Anlagen oder Fahrzeugflotten. In unserer CO₂-Bilanz 2022 machen Scope 1-Emissionen etwa 6% der Gesamtemissionen aus.
- Scope 2 umfasst die Emissionen, die durch eingekaufte Energie wie Strom oder Fernwärme entstehen. 2022 machen Emissionen aus Scope 2 rund 12% unserer Gesamtemissionen aus.
- Scope 3 umfasst Emissionen aus unserer Wertschöpfungskette, die nicht unserem direkten Einfluss unterstehen: dazu gehören beispielsweise der Arbeitsweg unserer Mitarbeitenden oder die Produktentsorgung. 82% der von Infront verursachten Emissionen entfallen auf Scope 3.

Von Infront organisierte Sportveranstaltungen wurden in der CO₂-Bilanz 2022 noch nicht als Scope 3-Kategorie berücksichtigt. Da Infront alljährlich zahlreiche Veranstaltungen unterschiedlicher Formate organisiert, betrachten wir einen systematischen Ansatz zur Berechnung und Integration der Auswirkungen solcher Infront Events in der CO₂-Bilanz als relevanten nächsten Schritt.

Aktuell stellen im Scope 3 die Geschäftsreisen von Infront die größte Emissionsquelle dar: Rund 53% der CO₂-Emissionen unserer Unternehmensgruppe sind auf Geschäftsflüge zurückzuführen. Reisen ist ein notwendiger Bestandteil unserer Arbeit, da wir Sportveranstaltungen in aller Welt organisieren oder dazu beitragen. Auch erachten wir Reisen grundsätzlich als wichtig, um vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen. Wir sind uns jedoch darüber im Klaren, dass Flugreisen für Infront eine kritische Nachhaltigkeitspriorität darstellen und wir unsere Bilanz in dieser Hinsicht optimieren müssen. In einem ersten Schritt hat Infront daher die eigenen Reiserichtlinien angepasst und Umweltaspekte thematisiert.

Wo es sinnvoll und machbar ist, müssen unserer Mitarbeitenden Alternativen zu Flugreisen in Betracht ziehen. Nach den Geschäftsreisen zählen der Pendelverkehr unserer Mitarbeitenden sowie der Stromverbrauch in unseren Büros zu unseren grössten Emissionsquellen. Effiziente Maßnahmen zur Verringerung des Pendelverkehrs erfordern zunächst eine weitere Aufbereitung der zugrunde liegenden Daten (beispielsweise durch eine Mitarbeiterbefragung), um die tatsächlichen Pendelgewohnheiten und -bedürfnisse an den verschiedenen Infront Standorten besser zu verstehen. Die Energieeffizienz unserer Büroinfrastruktur wollen wir schrittweise optimieren und dabei gleichzeitig das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden für Ressourcenverbrauch und Energiesparen stärken.

Unsere größten CO₂-Emissionsquelle



Wir ergreifen Umweltmaßnahmen

Verschiedene Tochtergesellschaften von Infront – insbesondere diejenigen, die im Bereich des Teilnehmersports aktiv sind – haben bereits freiwillig Umweltmaßnahmen ergriffen, um die Auswirkungen ihrer Veranstaltungen auf das Klima zu verringern oder zu kompensieren. Die folgenden Seiten bieten einen Überblick über ausgewählte Beispiele. Wir fühlen uns verpflichtet, die Klimaschutzmaßnahmen innerhalb unserer Unternehmensgruppe aufrechtzuerhalten, weiterzuentwickeln und zu verbessern.



ISO 20121-Zertifizierung für das nachhaltige Veranstaltungsmanagement am Acea Run Rome the Marathon

Infront Italy hat 2022 eine ISO 20121-Zertifizierung für das Design, die nachhaltige Durchführung und die Berichterstattung des Acea Run Rome the Marathon (Rom Marathon) erhalten. Das nachhaltige Veranstaltungsmanagementsystem wurde von einem anerkannten Drittanbieter zertifiziert. Infront arbeitet an der neuerlichen Zertifizierung für 2023.

Beginnend mit dem Rom Marathon 2021 wurde ein langfristiger Fahrplan ausgearbeitet, der die strategischen Bereiche verantwortungsbewusstes Management, Kreislaufwirtschaft, erfassen und rapportieren von Umweltauswirkungen, Inklusion und Barrierefreiheit, sowie Governance und Transparenz umfasst. Zu den Umweltmaßnahmen gehören die Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung, die Förderung nachhaltiger Mobilität, Berechnung und Kompensation von Emissionen sowie Initiativen zur Abfallverwertung und -aufbereitung.

Indem sie das nachhaltige Veranstaltungsmanagements des Rom Marathons im Rahmen des definierten Fahrplans kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert, strebt Infront eine jährliche Re-Zertifizierung an. Ziele, die bis zum Rom Marathon 2022 bereits erreicht wurden:

- 63 Tonnen Lebensmittel wurden gerettet und an die Banco Alimentare di Roma weitergegeben
- 60 000 Liter Wasser und Getränke wurden gesichert und weiterverteilt
- 12 320 T-Shirts und Taschen wurden an die Teilnehmenden des Marathons ausgegeben
- 3 047 Bäume wurden gepflanzt
- 13 910 kg Abfall wurden getrennt gesammelt und recycelt.



CO2-Kompensation bei B2Run

B2Run bietet eine Reihe von Firmenlaufveranstaltungen in Deutschland und der Schweiz an. B2Run hat es sich zum Ziel gesetzt, ihre Laufserie klimaneutral durchzuführen und verfolgt dafür zwei Prinzipien: die kontinuierliche Verringerung vermeidbarer veranstaltungsbedingten Emissionen und die Kompensation aller nicht vermiedenen veranstaltungsbedingter Emissionen.

Die CO2-Bilanz einer exemplarischen B2Run-Veranstaltung mit 10 000 Teilnehmenden belief sich im Jahr 2022 auf ca. 133,6 t CO2e. Der größte Teil der Emissionen (etwa 86 %) entfällt auf die Anreise der Teilnehmenden. Etwa 10% sind auf Kost und Logis für Teilnehmende und Personal zurückzuführen. Der Rest ergibt sich aufgrund von Logistik, Papierverbrauch und Abfall.

B2Run hat in den letzten Jahren bereits mehrere Maßnahmen zur Emissionsreduktion umgesetzt, darunter z. B. die Verwendung wiederverwertbarer Materialien im Catering, Abfalltrennung und Recycling, weniger gedrucktes Werbematerial oder kompostierbare Toiletten bei B2Run-Veranstaltungen in der Schweiz.

Seit 2017 werden die verbleibenden Emissionen durch Investitionen in zertifizierte Kompensationsprojekte vollständig ausgeglichen. Im Jahr 2022 kompensierte B2Run 1 900 t CO2e, indem sie ein Aufforstungsprojekt in Borneo (Gold Standard-zertifiziert) unterstützte. Die CO2-Bilanz der Veranstaltungen im Jahr 2023 wird durch Investitionen in ein Wasserkraftwerk in Uganda ausgeglichen (zertifiziert vom TÜV Nord). Darüber hinaus hat sich B2Run verpflichtet, für jedes Team, das sich für eine seiner Veranstaltungen in Deutschland im Jahr 2023 anmeldet, einen Baum zu pflanzen. Ziel ist es, damit bis zum Ende der Saison 7 500 Bäume zu pflanzen.

"Netto-positiv": Die Vision von Threshold Sports

Threshold Sports ist ein in Großbritannien ansässiges Unternehmen aus Infronts Active-Lifestyle-Portfolio, das Outdoor Erlebnisse für die breite Öffentlichkeit sowie für Unternehmen und NGOs anbietet. Threshold hat es sich zum Ziel gesetzt, einen positiven Nettoeffekt auf die Umwelt zu erzielen. Dazu sollen die negativen Auswirkungen der eigenen Veranstaltungen reduziert werden. Gleichzeitig hofft Threshold, über gemeinsame motivierende Erfahrungen und SMART-Ziele vermehrt positive Effekte zu erzielen.

Reduzieren

An den Veranstaltungen von Threshold sowie in der Unternehmenszentrale der Infront-Tochtergesellschaft wurden bereits verschiedene Maßnahmen zum Schutz der Umwelt und zur Emissionsreduktion umgesetzt.

Dazu gehört etwa ein Programm für Mitarbeitende, die mit dem Rad zur Arbeit fahren, Fahrgemeinschaften zu Threshold Events oder Lebensmittel- und Sachspenden für den guten Zweck. Bei Threshold Events wird Wasser in Tanks und nicht in Dosen oder Flaschen bereitgestellt.

Kompensieren

Seit 2021 kompensiert Threshold die Emissionen ihrer Events basierend auf den Teilnehmeranmeldungen. Darüber hinaus verpflichtete sich das Unternehmen, die Emissionen aus den Anreisen ihrer Mitarbeitenden zu Veranstaltungen zu kompensieren. Im Jahr 2022 wurden dadurch knapp 200 000 Kilometer und insgesamt 53 Tonnen CO₂e ausgeglichen.

Veränderungen anregen

Als Partner von Threshold-Events können NGOs breite öffentliche Unterstützung gewinnen und ihr Fundraising verbessern. Auf Wunsch unterstützt Threshold NGOs auch in der Konzeption von eigenen Veranstaltungen (mehr auf Seite 42).

Wissen fördern

Thresholds „Green Team“ kommt regelmäßig zusammen, um die Nachhaltigkeitsagenda voranzutreiben, Maßnahmen und Verfahren zu hinterfragen und den Fortschritt in den gesetzten Zielen zu messen. Im Jahr 2022 wurden alle Mitarbeitenden zu den Themen Klima und Klimaschutz geschult. In einem nächsten Schritt sollen Daten und Richtlinien jährlich durch einen spezialisierten Drittanbieter abgenommen werden. Zudem will sich Threshold SMART-Ziele setzen.



HIGHLIGHT



Innovationen im Motocross-Sport



Infront Moto Racing (IMR) organisiert die populärste Zweirad-Motorsportserie der Welt – die FIM Motocross World Championship (MXGP).

Die MXGP muss diverse Vorschriften beachten, die darauf abzielen, die Technologie der Motoren zu verbessern, sowie die Umwelt und Lärmbelastung der Rennen zu reduzieren. Da die Vorgaben immer strenger werden, evaluiert die MXGP gemeinsam mit ihren Partnern auch nachhaltigere Lösungen für die Zukunft, so IMR CEO David Luongo:

Welche Umweltvorschriften muss die MXGP erfüllen?

Die MXGP entwickelt sich Jahr für Jahr weiter. Häufig ist sie Vorreiter im Motorsport, da die Branche die Rennserie nutzt, um Motorräder und Technologien von morgen zu entwickeln. Die Hersteller stehen in ständigem Kontakt mit den Aufsichtsbehörden in Japan, Europa und den USA und sind in die Homologisierung eingebunden. Motocross-Motorräder sind nicht für den Straßenverkehr zugelassen, weshalb es hier etwas mehr ordnungspolitische Freiheiten gibt. Wir sind direkt in das Reglementierungsverfahren für die FIM Motocross-Weltmeisterschaft und die FIM Motocross-

Europameisterschaft eingebunden. Zusammen mit dem Internationalen Motorradverband (FIM) und dem Herstellerverband haben wir ein Meisterschaftsreglement aufgestellt, das die Veranstaltung für die Fans noch attraktiver machen soll. Unsere Umwelt- und Lärmschutzvorschriften sind in den vergangenen Jahren zunehmend strenger geworden. Wir arbeiten gemeinsam daran, unsere Emissionen zu verringern und gleichzeitig die Seele des Sports zu erhalten. Wie in jeder technologieorientierten Sportart entwickeln sich auch unsere Vorschriften ständig weiter. So haben wir beispielsweise Anfang 2000 die Motorräder von Zwei- auf Viertaktmotoren umgestellt, was die Umweltbelastung durch den Kraftstoffverbrauch drastisch reduzierte.

Gibt es auch soziale und ökologische Maßnahmen, die über die Vorschriftenmaßnahmen hinausgehen?

Ja, gemeinsam mit der Herstellergruppe KTM haben wir vor zwei Jahren eine E-Motocross-Meisterschaft für Kinder zwischen sechs und acht ins Leben gerufen. Ich finde das und sie spricht genau die Altersgruppe an, die es gilt, für diese mögliche Zukunftsoption des Motorsports zu sensibilisieren. Die Kinder fahren am Grand-Prix-Wochenende vor 40 000 Zuschauern – für sie eine fantastische Erfahrung! Seit Jahrzehnten pflanzen wir im Fahrerlager auch Bäume, wenn wir die

Möglichkeit dazu haben. Und wir pflegen einen sehr strikten Umgang mit Altöl und Wasser für die Profis im Fahrerlager. Dies ist im Motorsport aber schon seit Jahren gang und gäbe. Im Vergleich zu vielen anderen Sportarten sind die Veranstalter von Motorsport-Events bei der Entsorgung von Abfallstoffen weiter fortgeschritten.

Wo sehen Sie das größte Potenzial, um Motocross und Motocross-Events nachhaltiger zu gestalten?

Wir möchten unsere Generatoren durch Batteriesysteme oder etwas effizienteres ersetzen, sobald es die Technik erlaubt. Das Problem ist, dass wir die meisten Grands Prix an abgelegenen Orten veranstalten, wo wir weit von großen Infrastrukturen entfernt sind. Wir können unsere Stromversorgung nicht einfach auf umweltfreundliche Energie umstellen. Wenn Batteriesysteme und die entsprechenden Technologien erst einmal kleiner, leichter zu transportieren und effizienter sind, wird dies einen großen Effekt auf unsere Umweltwirkung haben. Auch arbeiten wir mit Herstellern an der Entwicklung von synthetischen Kraftstoffen, die in den kommenden Jahren zur Verfügung stehen sollen. Dies wird einen großen Effekt für uns alle haben, da es den CO₂-Ausstoß reduziert – derzeit wohl das größte Ziel der Automobilbranche. Auch hier geht der gesamte Fortschritt vom Motorsport aus.



Photos courtesy of MXGP

Infront Group Sustainability Report 2022 - © Infront 2023

Wir bieten eine Plattform um das Klimabewusstsein zu stärken

Sport ist eine verbindende Kraft, die das Potenzial hat, die Massen zu bewegen.

Der Sport lässt sich optimal für eine werteorientierte Kommunikation nutzen und bietet die perfekte Plattform, um ein stärkeres Bewusstsein für ökologische und soziale Themen und auch den Klimaschutz zu schaffen.

Das Konzept des Sportsponsorings basiert auf dem Potenzial des Sports, Botschaften erfolgreich und über den Sport hinaus zu verbreiten. Mit der zunehmenden Bedeutung von unternehmerischer Nachhaltigkeit und ESG, ist ein nachhaltiges Sponsoring und Marketing bei den Unternehmensmarken in den vergangenen Jahren zunehmend in den Fokus gerückt.

Nachhaltige Sponsoring- und Marketingaktivitäten nutzen die Marke, um in der Öffentlichkeit zu ökologischen oder sozialen Themen Stellung zu beziehen und gleichzeitig das Profil der Marke in diesem Zusammenhang zu schärfen.

Infront bietet Marken eine Plattform für zielgerichtetes Sportsponsoring und unterstützt sie bei der Planung, Umsetzung und Aktivierung. Wir sind bestrebt, aus dem Vertragsinventar unserer Partner den größtmöglichen Nutzen zu ziehen und sie gleichzeitig in ihrem Ziel, Bewusstsein zu schaffen, zu unterstützen.





Viessmann: Klimapartner der Internationalen Biathlon Union (IBU)

Als einer der institutionellen Förderer des Biathlonsports bekundete Viessmann über Infront das Interesse, Klimapartner der IBU zu werden.

Diese Partnerschaft basiert auf neu definierten Nachhaltigkeitsaspekten und hat bereits Projekte umgesetzt. Dazu gehört die eingehende Energieeffizienz-Analyse eines Weltcup-Austragungsortes (Ruhpolding) sowie die

Kommunikation von Initiativen wie der Biathlon Climate Challenge 2.0 und der laufenden Climate Club Trophy, die sich an Biathlonvereine weltweit richtet.

In Zusammenarbeit mit der Europäischen Rundfunkunion (EBU) untersuchte Viessmann auch mögliche Optionen für die Bereitstellung nachhaltiger Technologien für die audiovisuelle Produktion.



FSV Mainz 05: Sponsoring für Klimaverteidiger

Der deutsche Fußballverein 1. FSV Mainz 05 ist der erste klimaneutrale Verein in der Bundesliga. Der Verein hat 2009 mit der jährlichen CO2-Bilanzierung begonnen und setzt seit 2010 kontinuierlich Maßnahmen zur Reduzierung, Vermeidung und Kompensation seiner CO2-Emissionen um. Parallel dazu sensibilisiert der Verein mit der Mission "Klimaverteidiger" Fans und Mitarbeitende für den Klimaschutz. Für sein Engagement wurde der Club beim Sportbusiness-Kongress SPOBIS 2022 mit dem Award für Nachhaltigkeit im Sport ausgezeichnet.

Als exklusiver Vermarktungspartner des Vereins hat Infront das nachhaltige Leitbild des Vereins in ein Sponsoringkonzept übersetzt: Im Rahmen der neuen Wertepartnerschaft „05ER Klimaverteidiger“ wird ein Netzwerk geschaffen, durch das Nachhaltigkeit gewährleistet, voneinander gelernt und gemeinsam neue Wege im Bereich des nachhaltigen Wirtschaftens beschritten werden sollen.

Nicht zuletzt werden gemeinsam finanzielle Mittel für nachhaltige Projekte bereitgestellt, denn mit der Partnerschaft geht die Verpflichtung zur Bereitstellung einer konkreten Fördersumme je Partner einher, die zweckgebunden an gemeinsam ausgewählte nachhaltige Projekte vergeben wird.

Nach der Markteinführung 2021/22 nimmt das Interesse an diesen Wertepartnerschaften stetig zu. Innerhalb der letzten eineinhalb Jahre hat Infront zehn Sponsoren als 05er Klimaverteidiger Partner gewonnen, darunter zum Beispiel die deutsche Commerzbank. In der Saison 2021/2022 konnten außerdem Euro 52 500 für regionale Klimaprojekte eingesammelt werden. Der finanzielle Beitrag der Klimaverteidiger-Partner wurde dabei durch Mehreinnahmen aus dem Ticketverkauf sowie aus dem Catering ergänzt, die im Rahmen eines spezifischen Klimaverteidiger-Spieltags erzielt wurden.

HIGHLIGHT

FIS Nordische Ski-WM: Präsentation mit Fokus auf Nachhaltigkeit



Stora Enso war Presenting Sponsor der FIS Nordischen Skiweltmeisterschaften 2023 und trug zur Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft dieser sportlichen Großveranstaltung bei, indem sie ihre erneuer- und recyclebaren Lösungen in zahlreichen Anwendungen präsentierte.

Viele Produkte von Stora Enso, etwa wiederverwertbare Catering-Produkte, Tablettts aus Biokompositmaterial, Verpackungen auf Faserbasis und 3D-gedruckte Holzmöbel, eignen sich besonders gut für Großveranstaltungen wie die Skiweltmeisterschaften. Die Wälder, in denen die meisten dieser Veranstaltungen stattfinden, sind Kern der Geschäftstätigkeit von Stora Enso. In der Aktivierung ihres Sponsorings verwies Stora Enso auf die zentrale Bedeutung des Sauerstoffs für Athleten und verdeutlichte den Zusammenhang zwischen dem verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen, sauberer Luft und dem Klima.

Der Konzern stärkte seine Positionierung als Unternehmen für erneuerbare Materialien. Zugleich schuf er ein Bewusstsein dafür, wie Fans, Athleten, Sponsoren und Veranstaltungsorganisatoren gemeinsam die Meisterschaften und unseren Planeten zu einem besseren Ort machen können, der dank sauberer Luft zu Höchstleistungen befähigt. Nach den erfolgreichen Projekten im österreichischen Seefeld (2019) und im deutschen Oberstdorf (2021), unterstützte Infront Stora Enso bereits zum dritten Mal in der Planung und Umsetzung nachhaltiger Sponsoring-Aktivierung an den Nordischen Skiweltmeisterschaften.



Den Klimawandel bekämpfen: Unsere Ziele von 2023 bis 2025



Kontinuierlich die Datenbasis für die CO₂-Bilanz unseres Unternehmens verbessern und bestehende Datenlücken schließen (u. a. durch Integration der einzelnen Event-Footprints).



Systematisch die energieeffiziente Büroinfrastruktur optimieren und unsere Mitarbeitenden entsprechend sensibilisieren.



Nächste Schritte identifizieren, um Emissionen zu senken und Infronts Position auf dem Weg zum langfristigen Netto-Null-Ziel zu ermitteln.



Am Branchendialog teilhaben, um die kollektiven Bemühungen im Bereich Klimaschutz zu bündeln und ein besseres Verständnis für Fragen des Klimawandels im Zusammenhang mit Sport zu entwickeln. Unsere Mitwirkung an Klimaschutzkonzepten und/oder Arbeitsgruppen der Branche evaluieren.



Unsere Kunden und Partner in ihrem Bemühen unterstützen, systematisch mehr Umweltverantwortung über die jeweils von ihnen betreuten Sportarten, Veranstaltungen und Sponsoring-Aufträge zu fördern.



DATEN & OFFENLEGUNG

Materialität

Vorgehen bei der Materialitätsanalyse

Als ersten Schritt auf dem Weg zu einem konzernweiten Nachhaltigkeitsansatz führte Infront 2022 zum ersten Mal eine Wesentlichkeitsanalyse (Materialitätsanalyse) durch. Basierend auf Infronts Geschäftsmodell und wichtigen Branchenthemen sowie basierend auf Infronts potenzieller (positiver oder negativer) Wirkung auf die Nachhaltigkeitsziele der UN (siehe Seite 6), wurde eine Liste mit zwölf ESG-Schlüsselthemen definiert (siehe Seite 6).

Mittels einer quantitativen Umfrage, durchgeführt unter internen und externen Stakeholdern, wurden die zwölf Themen auf Grundlage der individuellen Bewertung der Befragten priorisiert:

- Im Rahmen von Infronts erster konzernweiter Mitarbeiterumfrage wurden Mitarbeitende aller Hierarchiestufen befragt.
- Extern wurde die Liste der Themen an Infronts Partner und Kunden versandt, mit der Bitte, die Themen aus ihrer Sicht zu priorisieren.
- Die Ergebnisse vorangegangener Stakeholder-Dialoge, insbesondere im Zusammenhang mit der Studie „Brave New Sport“ (siehe Seite 18), wurden zur Ergänzung der Umfrageergebnisse herangezogen.
- Im Bemühen, die Subjektivität der Stakeholderbefragung auszugleichen und keine wesentlichen Chancen und Risiken zu übersehen, wurden für die endgültige Priorisierung der Themen in der Materialitätsmatrix

(siehe nächste Seite) auch Risiken und regulatorische Anforderungen, allgemeine gesellschaftliche Trends sowie Branchenbenchmarks berücksichtigt.

Anhand von fünf Faktoren, die ursprünglich vom Sustainable Accounting Standards Board (SASB) definiert wurden, liessen sich die potenziellen Auswirkungen der eruierten ESG Themen auf Infronts Geschäft evaluieren. Diese fünf SASB-Faktoren sind:

- finanzielle Auswirkungen und Risiken
- rechtliche, regulatorische und politische Faktoren
- Industriestandards und Wettbewerbsfaktoren
- Anliegen von Interessengruppen und gesellschaftliche Entwicklungen
- Chancen für Innovation

Die Analyse der fünf SASB-Faktoren diente für die Verortung der wesentlichen Themen entlang der x-Achse in der Materialitätsmatrix (outside-in-Perspektive). Für die Position entlang der y-Achse wurde die Wirkung des materiellen Themas auf die nachhaltige Entwicklung bewertet (inside-out-Perspektive).

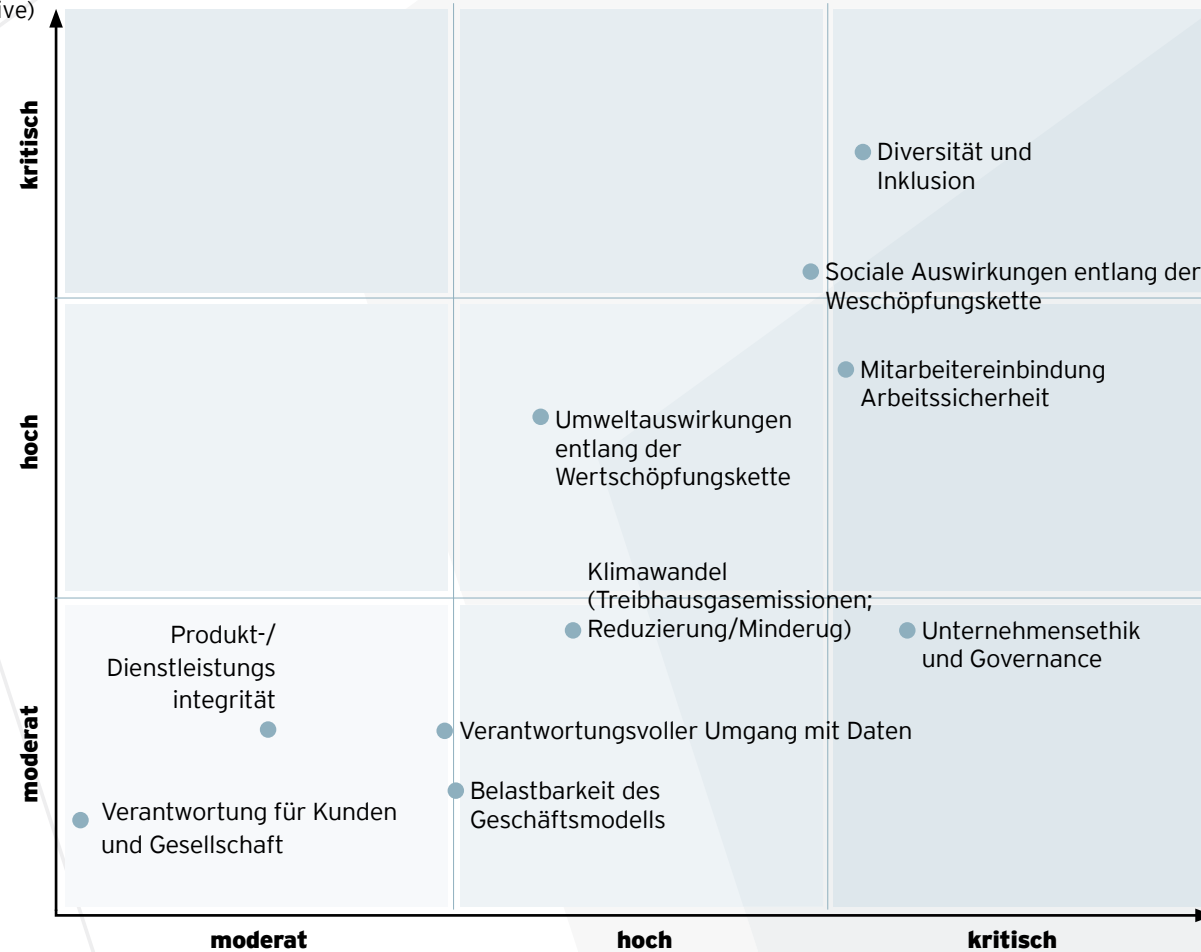


Materialitätsmatrix

Diese Matrix basiert auf Infronts Stakeholderbefragung aus dem Jahr 2022 sowie auf einer Impactanalyse der daraus resultierenden wesentlichen ESG Themen.

Ausführliche Informationen zum Prozess der Materialitätsanalyse finden Sie auf Seite 56.

Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt
(Inside-out- Perspektive)



Auswirkungen auf das Unternehmen
(Outside-in- Perspektive)

Wesentliches Thema	Beschreibung
Unternehmensethik und Governance	Herangehensweise an Themen wie Betrugsbekämpfung, interne Kontrollen und Audits, Korruptionsbekämpfung, Bestechungsbekämpfung, Wettbewerbsverhalten, Geldwäsche, transparentes Management des rechtlichen und regulatorischen Umfelds, Steuern und treuhänderische Verantwortung
Mitarbeitergesundheit, Arbeitssicherheit	Zukunftsfähigkeit durch Fortbildung, Lernen und Entwicklung; Einbezug der Mitarbeitenden in Infronts Nachhaltigkeitsstrategie durch Aktivitäten wie freiwillige Initiativen (Corporate Volunteering); Schaffen und Erhalten von sicheren und gesunden Arbeitsplätzen und Förderung des Wohlbefindens.
Diversität und Inklusion	Unbewusste Voreingenommenheit (unconscious bias) in allen Bereichen des Unternehmens abbauen und die Sensibilität dafür zu schärfen, um Fairness zu gewährleisten (z. B. im Rekrutierungsverfahren, in der Unternehmenspräsentation, in Geschäftsbeziehungen usw.). Sicherstellen, dass Unternehmenskultur, Einstellungs- und Beförderungsverfahren die Entwicklung einer vielfältigen und inklusiven Belegschaft unterstützen, welche die Ressourcen- und Stakeholderbasis vor Ort widerspiegelt. Diskriminierung und Belästigung verhindern.
Soziale Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette	Gesellschaftliches Engagement; Gesundheit und Sicherheit von Arbeitnehmenden und der Allgemeinheit; wirtschaftlicher Beitrag und inklusives Wachstum vor Ort; faire Entlohnung; Verhinderung moderner Sklaverei (Menschenhandel, Zwangsarbeit, Kinderarbeit und andere Formen der Ausbeutung) mit möglichen Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung, wirtschaftliche und soziale Ungleichheit, Armut, Gesundheit und Wohlbefinden.
Umweltauswirkungen entlang der Wertschöpfungskette	Abfall-, Abwasser- und Gefahrstoffmanagement entlang der Wertschöpfungskette Verhinderung von Umwelt-/Naturkatastrophen, Abholzung, Verlust von Biodiversität und Lebensräumen, Devastierung, Wasser- oder Luftverschmutzung. Förderung von Dematerialisierung, bedarfsorientierter Produktion, Umweltdesign, Kreislaufwirtschaft.
Klimawandel (Reduzierung/ Minderung der Treibhausgasemissionen)	Begrenzung der Auswirkungen des Unternehmens auf den Klimawandel und damit zusammenhängende Folgen (Umweltverschmutzung, Verlust der Artenvielfalt, Entwaldung, etc.): z.B. durch Kontrolle des Energieverbrauchs und/oder von Reisetätigkeiten und Logistik; durch den Ausgleich und die Reduzierung von Treibhausgasemissionen; mittels wissenschaftlich fundierter Umweltschutzziele.
Resilienz des Geschäftsmodells	Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit; Fähigkeit zur Integration sozialer, ökologischer und politischer Transitionsrisiken in die langfristige Unternehmensplanung; Widerstandsfähigkeit der Lieferkette; Auswirkungen externer ökologischer und sozialer Faktoren auf Materialverfügbarkeit und -nachfrage.
Verantwortungsvoller Umgang mit Daten	Verfahren und Protokolle zur Datenerfassung und -nutzung; Informationssicherheit und Datenschutz; verantwortungsvolle Nutzung von Informationen.
Produkt-/ Dienstleistungsintegrität	Nachhaltiges Dienstleistungs-/Produktdesign und entsprechendes Lebenszyklusmanagement, Qualitätssicherung im Hinblick auf Dienstleistungen/ Produkte und deren Sicherheit; Rückverfolgbarkeit; Transparenz.
Verantwortung für Kunden und Gesellschaft	Gewährleistung der Kundenzufriedenheit; Schutz der Privatsphäre und Sicherheit von Kunden; zeitnahe und sachdienliche Reaktion auf Kundenbeschwerden; Produktqualitätssicherung; Öffentlichkeitsarbeit, Lobbyarbeit und Interessenvertretung; verantwortungsvolles Marketing und Werbung.



Zentrale Kennzahlen

¹ Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf das Jahresende.

² Umfasst Festangestellte, Zeitarbeiter und befristet Beschäftigte, Praktikumsstellen, Studierende im dualen Studiengang und Auftragnehmer

³ Umfasst Praktikumsstellen, Studierende im dualen Studiengang, Auszubildende, Associate-, Manager- und Senior Manager-Level

⁴ Umfasst die Level Associate Director, Director und Managing Director

⁵ Entspricht 100 % der regulären (festangestellten) Mitarbeitenden, die uneingeschränkt in das Infront Compliance-Management-System integriert sind und zur Schulung im März 2022 eingeladen wurden.

(keine End-of-Year-Daten)

Berichtszeitraum: 1.1.2022 - 31.12.2022 ¹	
Mitarbeitende	INSGESAMT
Anzahl Mitarbeitende (HC)²	954
davon reguläre (festangestellte) Mitarbeitende	749
davon Mitarbeitende, die unter Tarifverträge fallen (%)	32,0%
Anzahl Mitarbeitende (FTE)	923,5
davon in der Schweiz (%)	17,5%
davon in Deutschland (%)	22,4%
davon in Österreich (%)	1,9%
davon in Italien (%)	14,6%
davon in Frankreich (%)	18,1%
davon im Vereinigten Königreich (%)	4,3%
davon im übrigen Europa (%)	7,0%
davon in Israel und im Nahen Osten (%)	4,8%
davon im asiatisch-pazifischen Raum (%)	3,6%
davon in Nordamerika (%)	5,8%

Berichtszeitraum: 1.1.2022 - 31.12.2022 ¹	
Diversität der Mitarbeitenden	INSGESAMT
Anzahl Mitarbeitende (HC)²	954
davon 29 Jahre oder jünger (%)	23,1%
davon 30 bis 50 Jahre (%)	66,8%
davon 50 Jahre oder älter (%)	10,2%
Frauenanteil (% aller Beschäftigten)	37,1%
Frauen auf Mitarbeiterebene (% der gesamten Mitarbeiterebene ³)	41,7%
Frauen in Führungspositionen (% der gesamten Führungsebene ⁴)	24,1%
Frauen in der Geschäftsleitung (%)	7,1%
Mitarbeiterwohlbefinden und Sozialleistungen	
Teilzeitquote (% aller Beschäftigten)	10,2%
Frauen in Teilzeitbeschäftigung (% aller weiblichen Beschäftigten)	17,2%
Männer in Teilzeitbeschäftigung (% aller männlichen Beschäftigten)	6,0%
Integrität	
Anzahl der Mitarbeitenden und Mitglieder der Kontrollorgane, die zu Compliance-Themen geschult wurden (einschließlich Korruptionsbekämpfung)	836 ⁵
Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	0
Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Abhilfemaßnahmen	0

Die CO₂-Bilanz von Infront

Berechnungsmethodik

In Zusammenarbeit mit der Klimaberatung Climate Partner hat Infront ihre erste CO₂-Bilanz berechnet. Sie umfasst die Summe aller CO₂-Emissionen des Unternehmens (operational control approach) im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022. Die Bilanzierung basiert auf den Leitlinien des Greenhouse Gas Accounting and Reporting Standard (GHG-Protokoll). Die drei Dimensionen (Scopes) des GHG-Protokolls sind auf Seite 47 erläutert.

Im Rahmen der CO₂-Bilanz werden alle Treibhausgasemissionen in CO₂-Äquivalenten (CO₂e) berechnet. Das bedeutet, dass alle relevanten Treibhausgase in die Berechnung eingeflossen sind, so wie es auch der Assessment Report des IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) empfiehlt. Um ihre Auswirkungen auf die globale Erwärmung vergleichbar zu machen, werden sie in die Basiseinheit CO₂e umgerechnet und mit ihrem globalen Erwärmungspotenzial (GWP) multipliziert. In diesem Bericht meint CO₂ immer CO₂e.

Infronts CO₂-Bilanz für das Jahr 2022 basiert auf Verbrauchsdaten, die „bottom-up“ von den verschiedenen Entitäten der Gruppe erhoben wurden, sowie auf von Climate Partner recherchierten Emissionsfaktoren.

- Wo immer möglich, wurden Primärdaten verwendet. Waren keine Primärdaten verfügbar, wurden Sekundärdaten aus höchst zuverlässigen

Quellen verwendet und die Ergebnisse extrapoliert.

- Die Emissionsfaktoren stammen aus wissenschaftlich anerkannten Datenbanken wie ecoinvent und DEFRA.
- Die Emissionen aus Strom wurden sowohl nach der marktbasierten als auch nach der standortbasierten Methode berechnet. Dieser duale Ansatz wird im GHG-Protokoll empfohlen.

Für die marktorientierte Methode legte Infront für den Stromverbrauch an ihren unterschiedlichen Standorten spezifische Emissionsfaktoren an. Waren solche nicht verfügbar, wurden Faktoren für den Restmix oder den durchschnittlichen Netzmix des jeweiligen Landes verwendet. Bei der standortbezogenen Methode wird der durchschnittliche Stromnetzmix des Landes berechnet.

Wie auf Seite 47 beschrieben, sind Veranstaltungen von Infront aktuell noch nicht in der CO₂-Bilanzierung berücksichtigt. Das Schliessen solcher Lücken sowie die schrittweise Verbesserung der Granularität und Qualität der zugrundeliegenden Verbrauchsdaten werden künftig zu präziseren Ergebnissen und möglichen Anpassungen in Infronts CO₂-Bilanz führen.

Infront ist bestrebt, die Datengrundlage kontinuierlich zu verbessern und prüft bereits die nächsten Schritte zur Reduzierung von Emissionen.



CO2- Bilanz 2022

¹ Die Stromemissionen wurden mit Hilfe der marktbasierten Methode berechnet. Das bedeutet, dass bei der Berechnung ein spezifischer Emissionsfaktor für den eingekauften Strom oder (falls dieser nicht verfügbar war) ein länderspezifischer Restfaktor angelegt wurde.

Stromemissionen können auch nach der standortbezogenen Methode berechnet werden, bei der nationale durchschnittliche Netzemissionsfaktoren verwendet werden.

Bei Anwendung der standortbezogenen Methode ergibt sich ein Wert von 465,66 tCO₂.

Weitere Informationen zur dualen Berichterstattung finden Sie unter https://ghgprotocol.org/scope_2_guidance

Emissionsquellen	[t CO ₂]	[%]
Scope 1	389,62	5,6
Direkt von Firmenfahrzeugen erzeugte Emissionen	270,17	3,9
Fahrzeugflotte	270,17	3,9
Direkte von Unternehmenseinrichtungen erzeugte Emissionen	119,45	1,7
Wärme (selbst erzeugte)	100,17	1,4
Kältemittelleckagen	19,29	0,3
Scope 2	857,09	12,3
Für den Eigenverbrauch gekaufter Strom¹	799,02	11,5
Elektrizität (ortsgebunden)	782,53	11,2
Elektrizität (Fuhrpark)	16,49	0,2
Zugekaufte Wärme, Dampf und Kälte für den Eigenbedarf	58,07	0,8
Wärme (gekauft)	58,07	0,8
Scope 3	5 724,82	82,1
Geschäftsreisen	4 295,19	61,6
Flüge	3'710,47	53,2
Hotelübernachtungen	306,44	4,4
Miet- und Privatfahrzeuge	244,7	3,5
Bahnfahrten	33,59	0,5
Pendleraktivitäten der Mitarbeitenden	1 008,92	14,5
Pendleraktivitäten der Mitarbeitenden	829,76	11,9
Home Office	179,17	2,6
Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten	346,67	5,0
Vorgelagerte Emissionen Strom	190,9	2,7
Vorgelagerte Emissionen Fahrzeugflotte	104,92	1,5
Vorgelagerte Emissionen Wärme	50,84	0,7
Zugekaufte Waren und Dienstleistungen	48,91	0,7
Elektronische Geräte	47,42	0,7
Wasser	1,46	-
Externes Rechenzentrum	0,03	-
Im Betrieb anfallende Abfälle	25,13	0,4
Betriebliche Abfälle	25,12	0,4
Transport zur Entsorgungsanlage	0,01	-
Gesamtergebnis	6 971,53	100,0

GRI Content Index

GRI Standard	Seitenverweis
GRI 2: Allgemeine Angaben (2021)	
2-1 Organisationsprofil	S. 64; S. 38 (Einsatzländer)
2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	S. 64; S. 10 (Häufigkeit)
2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	Nicht zutreffend (erster Bericht)
2-5 Externe Prüfung	S. 64
2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	S. 5-7
2-7 Angestellte	S. 38; S. 59
2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	S. 4
2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	S. 22-27
2-24 Einbeziehung der Verpflichtungserklärungen zu Grundsätzen und Handlungsweisen	S. 25-26
2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	S. 23
2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 18, 39, 57
2-30 Tarifverträge	S. 59
GRI 3: Wesentliche Themen (2021)	
3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	S. 57
3-2 Liste der wesentlichen Themen	S. 10, 58
203: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 7; S. 13
203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	S. 14-17
203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	S. 14-15, 39-40 (HBS Broadcast Academy)
205: Antikorruption (2016)	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 24-25
205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	S. 24; S. 59
205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	S. 59

GRI Standard	Seitenverweis
305: Emissionen (2016)	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 46-50
305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 47, S. 61
305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S. 47, S. 61
305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	S. 47, S. 61
305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen	S. 47-50
403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz (2018)	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 31
403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	S. 31
405: Diversität und Chancengleichheit (2016)	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 39
0 5-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	S. 59
406: Nichtdiskriminierung (2016)	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 23; S. 25; S. 39
0 6-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	S. 59
418: Schutz der Kundendaten (2016)	
3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 27
418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und des Verlust von Kundendaten	S. 27

Abkürzungs- verzeichnis

Abkürzung	Definition
Abbott WMM	Abbott World Marathon Majors
CHF	Schweizer Franken (Währung)
CO ₂ /CO ₂	Kohlendioxid
CO ₂ e/CO ₂ e	Kohlendioxid-Äquivalente
Defra	Britisches Ministerium für Energiesicherheit und Umrechnungsfaktoren für Netto-Null-Emissionen
ecoinvent	Ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Zürich, Schweiz, der sich für die Verfügbarkeit von hochwertigen Daten für Nachhaltigkeitsbewertungen weltweit einsetzt
ff.	Folgende Seiten
FTE	Vollzeitäquivalente
ESG	Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (in diesem Bericht gleichbedeutend mit Nachhaltigkeit verwendet)
EUR	Euro (Währung)
e.V.	Abkürzung für „eingetragener Verein“
EY	Ernst & Young
HC	Personalbestand (englisch: Headcounts)
IP	Geistiges Eigentum
IPCC	Zwischenstaatlicher Ausschuss für Klimaänderungen
GBP	Britisches Pfund (Währung)
GHG	Treibhausgasemissionen
GRI	Global Reporting Initiative
GWP	Erderwärmungspotenzial
ISO	Internationale Organisation für Normung
IT	Informationstechnologie
SASB	Sustainability Accounting Standards Board
SDG	Ziel für nachhaltige Entwicklung oder auch nachhaltiges Entwicklungsziel
SRD	Nachhaltige verantwortungsvolle Einlage
SMART	Konkret, messbar, umsetzbar, realistisch, zeitnah
t	Tonnen
UDHR	Erklärung der Vereinten Nationen zu den Menschenrechten
UN	Vereinte Nationen

Hintergrundinformationen zum Bericht

Dieser Bericht bezieht sich auf die Infront Holding AG (Infront Gruppe), eine in der Schweiz begründete Aktiengesellschaft mit Sitz in Zug, Schweiz.

Berichtszeitraum

Sofern nicht anders angegeben, bezieht sich dieser Bericht auf den Berichtszeitraum des Kalenderjahres 2022, d. h. auf den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember des besagten Jahres. Die vollkonsolidierten Beteiligungen der Holding sind in den Angaben zum Jahresende enthalten, sofern nicht anders angegeben.

Berichtsstandards

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der Gruppe, der in Anlehnung an die Standards der Global Reporting Initiative (GRI-Standards 2022) erstellt wurde.

Für eine möglichst geschlechtergerechte Sprache folgen wir in der deutschen Fassung den Leitlinien des Duden rsp. der Gesellschaft für deutsche Sprache.

Externe Prüfung

Die am Infront Hauptsitz durchgeführte Lohngleichheitsanalyse (siehe Seite 39) wurde von Ernst & Young (EY) geprüft. Weitere Auditierungen wurden nicht angestrebt.

Datum der Veröffentlichung der englischen Originalversion
23.05.2023

Kontakt für Fragen zu diesem Bericht

Franziska Garbe | Senior Manager
Strategic Communications
Infront Sports & Media AG
Grafenauweg 2
Zug, Schweiz
franziska.garbe@infrontsports.com

Infront Sports & Medien

Grafenauweg 2

Postfach 4442

6302, Zug

Switzerland

Tel. +41-41-723 15 15

[infront.sport](https://www.infront.sport)

© Copyright 2023 | Infront Sports & Media