

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE der Transa Backpacking AG

Nachhaltigkeit ist bei Transa strategisch verankert und ein wichtiges Thema in der Positionierung und Differenzierung des Unternehmens. Wir setzen dabei auf Ehrlichkeit und Transparenz. Das Bewusstsein für Umweltschutz und soziale Verantwortung nimmt stetig zu. Deshalb haben wir uns dafür entschieden, unsere strategischen Stossrichtungen nach aussen zu teilen. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie stellen wir sicher, dass wir unsere Bestrebungen systematisch umsetzen, unsere Erfolge und Misserfolge transparent kommunizieren und einen offenen Dialog mit unseren Stakeholdern und Kund:innen pflegen.

Wir haben für Transa verschiedene Themenfelder identifiziert, in denen wir die Hauptverantwortung von Transa in der Nachhaltigkeit sehen. Es handelt sich um folgende Bereiche:

- **Nachhaltig hergestellte Produkte:** Als Detailhändler:in tragen wir die Verantwortung, wie unser Sortiment bezüglich Nachhaltigkeit aufgestellt ist und welche Produkte und Marken wir führen.
- **Kreislaufwirtschaft:** Die Verantwortung von Transa geht über den Verkauf von Neuware hinaus. Wir tragen Mitverantwortung dafür, wie unsere Produkte langlebiger und sinnvollerweise kreislauffähig werden. Zudem möchten wir unsere Kundschaft zur Kreislaufwirtschaft als Ziel für die Zukunft sensibilisieren.
- **Klima:** Wir wollen aktiv gegen den Klimawandel vorgehen und unseren Beitrag leisten. Deshalb setzen wir uns aktiv für ein Netto-Null Ziel ein. Netto-Null heisst, dass die von unserem Unternehmen verursachten Treibhausgas-Emissionen im Gleichgewicht sind mit den Emissionen, die wir aus der Atmosphäre entfernen.
- **Transparente Nachhaltigkeitskommunikation:** Wir möchten unsere Kund:innen authentisch und transparent über das Thema Nachhaltigkeit informieren und zu entsprechenden Projekten kommunizieren.

In all diesen Themenfelder haben wir jeweils jährliche Wirkungsfelder mit konkreten Zielen und Massnahmen definiert, die wir laufend anpassen und weiterentwickeln. Wir möchten nach aussen transparent aufzeigen können, an welchen Themen wir im Bereich Nachhaltigkeit arbeiten und was dabei unsere Herausforderungen und Erfolge sind.

Wir sind überzeugt davon, dass wir als Transa im Outdoor-Bereich einen Akzent für mehr Nachhaltigkeit setzen können und freuen uns auch immer über den Austausch dazu mit Menschen und Organisationen ausserhalb von Transa!

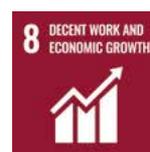
In Abstimmung mit den Zielen von STS 2030 orientieren wir uns dabei schwerpunktmässig an vier SDGs (Sustainable Development Goals). Die SDGs umfassen 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die von den vereinten Nationen festgelegt wurden. Die Ziele sollen von Staaten und Unternehmen bis 2030 umgesetzt werden. Wir konzentrieren uns auf folgende SDGs:



SDG 13 mit dem Titel «Klima-Aktion» zielt darauf ab, dringende Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und deren Auswirkungen zu ergreifen.



SDG 15 mit dem Titel «Leben auf dem Land» zielt darauf ab, Landökosysteme zu schützen, wiederherzustellen und nachhaltig zu nutzen.



SDG 8 zielt darauf ab, dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, volle und produktive Beschäftigung sowie menschenwürdige Arbeit für alle zu fördern.



SDG 12 zielt darauf ab, nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherzustellen und adressiert die Notwendigkeit, die Art und Weise, wie wir Ressourcen nutzen und Abfall erzeugen, grundlegend zu verändern.

NACHHALTIG HERGESTELLTE PRODUKTE

Transa führt keine Eigenmarken. Deshalb haben wir keinen direkten Einfluss auf die Produktionsprozesse und Lieferketten unserer Lieferanten. Wir sind verantwortlich dafür, welche Marken und Produkte wir im Sortiment führen. Alle Marken, die Transa verkauft, erfüllen Minimalstandards in den Bereichen **faire Produktion, Umweltschutz** und **Tierwohl**. Dazu verpflichten wir unsere Marken. Im Detail heisst das, dass wir von den Produzenten die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen, die Sicherstellung des Umweltschutzes in der Produktion und artgerechten Umgang mit Tieren fordern. Unsere Anforderungen findest du auch in unserem Code of Conduct.

In enger Zusammenarbeit mit dem Einkauf entwickeln wir die Nachhaltigkeitskriterien, damit konsequent nachhaltige Produkte (in den Bereichen Umweltverantwortung, soziale Verantwortung und Tierwohl) ins Sortiment finden. Zudem verfolgen wir die Entwicklungen und Nachhaltigkeitsinnovationen auf dem Markt. Unser Ziel ist, nicht nur Mindeststandards zu erfüllen, sondern Nachhaltigkeits-Best-Practice bei den Marken und Produkten zu fördern und diese in unserem Sortiment zu stärken. Für die nächsten Schritte haben wir uns folgende Ziele gesetzt:

- Wir entwickeln unsere Lieferkettenpolitik weiter und erarbeiten einen umfassenden Ansatz zur Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht.
- Wir starten den Lieferantendialog zum Thema Living Wage und Transparenz.
- Wir schaffen Transparenz über die Nachhaltigkeitsperformance der Marken und Produkte in unserem Sortiment und klären auf.

KREISLAUFWIRTSCHAFT

Als Detailhändlerin stehen wir im direkten Austausch und Kontakt mit den Kund:innen. Das ermöglicht uns, eine Schlüsselrolle in der Kreislaufwirtschaft einzunehmen. Im Austausch mit den Kund:innen sensibilisieren wir aktiv für die Langlebigkeit der Produkte. Die Dienstleistungen von Transa gehen klar über den Verkauf von Neuware hinaus: Mit unseren Services bieten wir konkrete Lösungen für **Pflege, Reparatur, Upcycling, Miete** und **Secondhand** an. Im Jahr 2024 haben wir 23530 Reparatur- und Pflegeaufträge umgesetzt. Fürs laufende Jahr ist mit deutlich mehr Aufträgen zu rechnen, denn seit Januar 2025 ist Transa offizielle Reparaturpartnerin von Mammüt Schweiz. Diese Partnerschaft umfasst die Reparatur sowie den Austausch über Kreislaufwirtschaft. So geben wir unsere Reparaturenerfahrungen zurück zu Mammüt, wo sie dann in Produktentwicklungen berücksichtigt werden.

Mit der Lancierung der **Secondhand-Plattform** im Frühling 2024 haben wir einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft genommen. Wir schaffen für Outdoorbegeisterte einen einfachen Zugang zur online Secondhand-Plattform und schaffen so eine attraktive Alternative zu Neukäufen. Wir beginnen zudem, die verschiedenen Kreisläufe zu verknüpfen: Wir reparieren beispielsweise Produkte und bieten diese dann auf der Secondhand-Plattform zum Kauf an.

Für die nächsten Schritte haben wir uns folgende Ziele gesetzt:

- Wir streben Wachstum in den Bereichen Pflege, Reparatur, Miete, Secondhand und Upcycling an. Zudem optimieren wir die entsprechenden Services fortlaufend. Wir nutzen die Synergien zwischen den verschiedenen Angeboten noch bewusster und effizienter.
- Wir sensibilisieren unsere Kundschaft aktiv für die Langlebigkeit von Produkten und bieten einfache Zugänge zu Kreislaufservices an.
- Wir starten den Dialog mit Marken für die Reparatur- und Kreislauffähigkeit bei der Beschaffung von Neuware und leiten daraus Kriterien für Reparatur- und Kreislauffähigkeit von Produkten ab.

KLIMA

Im Jahr 2024 haben wir unsere erste Klimabilanzierung erstellt, welche die **direkten** (beispielsweise unsere Räumlichkeiten) und **indirekten** (unter anderem unser Sortiment) **Treibhausgasemissionen** von Transa misst. Das Resultat hat gezeigt, dass rund 90% unserer CO₂-Emissionen in der Lieferkette anfallen, also bei der Herstellung der Produkte. Die Herstellung unseres Sortiments ist sehr energieintensiv. In Asien, wo ein Grossteil unserer Produkte produziert wird, ist Kohle zudem eine häufig eingesetzte Energiequelle.

Die Klimabilanzierung wird nun **jährlich wiederholt** und wird uns helfen, beim Reduzieren unserer CO₂e-Emissionen auf Kurs zu bleiben.

Es freut uns, dass wir intern bereits einige Erfolge ausmachen können: Viele Mitarbeitende bei Transa kommen bereits jetzt am liebsten mit dem **Zug** oder dem **Velo** zur Arbeit. Und 2022 wurden die Büros von Transa in Zürich nach dem Prinzip «Zero Waste: Was wir brauchen, bleibt drin – der Rest wird wiederverwendet» umgebaut. Das auf zirkuläres Bauen spezialisierte Architekturbüro «in situ» hat dafür gesorgt, dass dabei so viele schon bestehende Materialien und Elemente aus dem Büro und aus der Region wie möglich wiederverwendet werden. Dadurch konnten beim Umbau nach Berechnungen von «in situ» **47,5 Tonnen CO₂e-Emissionen eingespart** werden.

Es liegt aber noch vieles vor uns und deshalb haben wir uns folgende Ziele gesetzt:

- Wir werden 2025 für unsere Emissionen einen Absenkpfad definieren, der in Einklang mit dem globalen Netto-Null Ziel bis 2050 ist und den SBTi Anforderungen entspricht.
- Wir starten einen regelmässigen Austausch mit unseren Marken und machen ihr Engagement bezüglich Klimaschutz nach Aussen messbar und transparent.

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Als Detailhändlerin stehen wir in der Schnittstelle zwischen Marken und Kund:innen. Im stationären Handel legen wir grossen Wert auf eine professionelle und transparente Kundenberatung. Dem wollen wir auch in der Nachhaltigkeit gerecht werden. Wir verpflichten uns zu Transparenz. Das heisst, wir stellen die richtigen und wichtigen Informationen für bewussten Konsum sowie Kreislaufwirtschaft zur Verfügung und fördern die Langlebigkeit der Produkte.

Die Nachhaltigkeitskommunikation nach aussen wächst. Wir informieren auch über Themen wie **Living Wage** und **Transparenz in der Lieferkette**. So wichtig wie die Kommunikation nach aussen, ist für uns auch die Kommunikation nach innen. Wir pflegen einen lebendigen und regelmässigen Austausch zu unseren «Nachhaltigkeits-Botschafter:innen» im Verkauf, schaffen gemeinsam mit ihnen eine Sprache für Nachhaltigkeit und stellen wertvolle Informationen für unsere Kund:innen zusammen.

Das sind unsere nächsten Schritte und Ziele:

- Wir kommunizieren auf unserer Webseite transparent und authentisch über Nachhaltigkeit bei Transa. Dazu gehört unter anderem, dass wir unseren Kund:innen Informationen bezüglich Nachhaltigkeit bei Marken und Produkten zur Verfügung stellen.
- Nachhaltigkeit gewinnt in der Verkaufsberatung im stationären Handel weiter an Wichtigkeit.
- Wir bereiten uns auf die nichtfinanzielle Berichterstattung nach Schweizer Recht vor.

FAZIT

Im Laufe der letzten Jahre hat sich bei Transa im Bereich Nachhaltigkeit viel getan:

- Eine erste **Klimabilanzierung** wurde erstellt.
- Auf der Produktebene wurden systematische **Risikomanagement-Prozesse** für die Lieferketten ausgearbeitet und implementiert.
- Wir haben unsere Entwicklung Richtung kreislauffähiges Unternehmen vorwärtsgetrieben, indem wir eine neue und grössere **Reparatur-Werkstatt** eröffnet und eine **Secondhand-Plattform** lanciert haben.

- Wir sind dabei, die interne und externe Nachhaltigkeitskommunikation auszubauen. Die Veröffentlichung unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist in diesem Bereich eine von diversen Massnahmen, die wir umsetzen.

Das Thema Nachhaltigkeit wird auch in den kommenden Jahren dynamisch bleiben und wir werden euch weiterhin zu den wichtigsten Themen transparent informieren.