



Inhaltsverzeichnis

ÜBER DIESEN BERICHT	3
Vorwort des Management-Boards	5
Vorstellung des Nachhaltigkeitsteams	6
1. UNTERNEHMEN: „SUSTAINABLY CONNECTED“ – MEHR ALS NUR EIN MOTTO	8
1.1 Paragon DACH & CEE – wer wir sind	9
1.2 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	19
1.3 Nachhaltige Produkte & Dienstleistungen	20
1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	25
1.5 Die SDGs @Paragon	28
2. PLANET: SCHUTZ DER NATUR & UMWELT – SCHON JETZT AN MORGEN DENKEN	30
2.1 Engagement von Paragon DACH & CEE	32
2.2 Klimaschutz bei Paragon	33
2.3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	36
2.4 Wasserverbrauch	39
2.5 Abfallmanagement	40
2.6 Green IT	41
3. PEOPLE: MENSCHEN BEI PARAGON DACH & CEE – GEMEINSAM ANS ZIEL	42
3.1 Beschäftigte in Zahlen	44
3.2 Wir und unsere Beschäftigten	48
3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	52
3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	55
4. PARTNERS: NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN – GEMEINSAM	58
4.1 Kundenorientierung	60
4.2 Effiziente Arbeitsprozesse & Ressourcennutzung	61
4.3 Beschaffung & Lieferkette	62
4.4 Compliance & Risikomanagement	65
5. FAZIT UND AUSBLICK – EIN INTERVIEW MIT ANDREAS KECK	66
GRI Index	72
Impressum	76

ÜBER DIESEN BERICHT

Ein herzliches Willkommen ...

... zum ersten Nachhaltigkeitsbericht von Paragon Customer Communications DACH & CEE!

Nachhaltigkeit ist für uns mehr als ein populäres Schlagwort. Sie ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und seit langem Richtschnur unseres Handelns. 2022 ist das Jahr, in dem wir dies zum ersten Mal umfassend dokumentieren – in einem offiziellen Nachhaltigkeitsbericht nach dem Standard der Global Reporting Initiative (GRI). Unseren Stakeholdern – Finanzmärkten, Kunden, Partnern und Mitarbeiter*innen – möchten wir damit ein Höchstmaß an Transparenz bieten. Zugleich schaffen wir mit fundierter Berichterstattung ein Instrument, mit dem wir unsere interne Kommunikation und die Steuerung sämtlicher Prozesse im Nachhaltigkeitsmanagement einschlägig verbessern können. Der Nachhaltigkeitsbericht wird neben dem Geschäftsbericht zukünftig ein wesentlicher Bestandteil unserer Informationspolitik sein.

In diesem Dokument geben wir Ihnen einen detaillierten Überblick über die Werte, Ziele und Leistungen von Paragon. Wir stellen die Tätigkeiten unserer Organisation unter dem zentralen Gesichtspunkt der nachhaltigen Entwicklung dar. Dabei ist es uns ein Anliegen, schon heute die regulatorischen Anforderungen der Zukunft in den Fokus zu nehmen. Mit dem „Green Deal“ der Europäischen Kommission existiert erstmals ein verbindlicher Fahrplan für eine nachhaltige Wirtschaft in der EU. Auch deshalb gewinnen das Thema Nachhaltigkeit und dessen transparente Kommunikation eine immer größere Bedeutung. Wir bei Paragon wollen dieses Thema in jeden Geschäfts-

prozess einbinden: von der Produktentwicklung über den Einkauf und die Produktion bis hin zum Vertrieb und zu unseren Backoffice-Services. Diese Einbindung wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden, Partnern und Mitarbeiter*innen gestalten und stetig weiterentwickeln. Was genau wir uns alles vorgenommen haben, lesen Sie in Kapitel 5: „FAZIT UND AUSBLICK – EIN INTERVIEW MIT ANDREAS KECK“.

Der Bericht gliedert sich in fünf Kapitel und orientiert sich am Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit: „Soziales, Ökologie und Ökonomie“ – beziehungsweise, wie wir es für uns definiert haben, an „People, Planet and Partners“. Wir konzentrieren uns dabei auf vier Kernthemen: Schutz der Natur und Umwelt, Kundenorientierung, Arbeitssicherheit und Arbeitgeberimage. Parallel dazu haben wir analysiert, in welchen Bereichen wir die Erreichung der 17 UN-Ziele (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) bereits aktiv fördern.

Als Head of Sustainability bin ich persönlich besonders stolz auf den bedeutenden Schritt, den Paragon mit diesem Bericht macht. Seine Erstellung war eine Herausforderung – und zugleich eine äußerst spannende und lehrreiche Erfahrung, die wichtig für unsere weitere Entwicklung ist.

Nachhaltigkeit ist eine Teamaufgabe, und so bedanke ich mich sehr herzlich bei allen, die an diesem Bericht mitgewirkt haben – insbesondere beim Projektteam Nachhaltigkeit (siehe „Vorstellung des Nachhaltigkeitsteams“). Und natürlich bedanke ich mich bei Ihnen, liebe Leserinnen, liebe Leser, für Ihr Interesse.

Über Ihr Feedback freuen wir uns – es ist für uns wertvoll!

Andreas Keck
Head of Sustainability



Vorwort des Management-Boards

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

nachhaltige Verbindungen, die bessere Kommunikationslösungen ermöglichen – das beschreibt in wenigen Worten die Vision, die unsere Unternehmenstätigkeit trägt und antreibt. Mit unseren Kunden und Geschäftspartnern wollen wir nachhaltige Beziehungen pflegen. Unseren Mitarbeiter*innen und potenziellen Kandidat*innen wollen wir nachhaltig und wertschätzend auf Augenhöhe begegnen. Und zusammen mit allen Menschen, die mit unserem Unternehmen in Verbindung stehen, möchten wir in zielgerichtetem Engagement einen Beitrag zur Erhaltung unserer gemeinsamen Welt leisten. Der Schutz von Natur und Umwelt, unsere Verantwortung als Arbeitgeber und die Orientierung am langfristigen Erfolg unserer Kunden – das sind die Säulen, auf denen unsere Konzeption von Nachhaltigkeit ruht.

Als international marktführender Dienstleister optimieren wir die transaktionale und werbliche Kommunikation unserer Kunden – sowohl physisch als auch digital. Wir schaffen eine verbesserte Customer Experience und sorgen für Kundenloyalität, auch weil wir eng die größten Kundenbindungsprogramme in Europa begleiten. Aber wir wollen nicht nur für unsere Kunden exzellente Kommunikationsdienstleistungen erbringen, sondern auch mit ihnen, mit unseren Partnern und insbesondere mit unseren Mitarbeiter*innen vorbildlich und transparent kommunizieren. Zu einer transparenten Kommunikation zählt auch dieser erste Nachhaltigkeitsbericht der Paragon DACH & CEE Organisation für das Geschäftsjahr 2020/2021.

Unsere unternehmensinterne Kommunikation wird ebenfalls durch das Streben nach produktiver Transparenz geprägt. Mit dem Launch unserer Mitarbeiter-App „myParagon“ im Winter 2021/22 machten wir einen großen Schritt auf dem Weg in eine Unternehmenswelt, in der kollegiales Miteinander, hierarchiefreier Austausch und effiziente Zusammenarbeit Hand in Hand gehen. Unsere Mitarbeiter*innen werden über die App laufend über Neuigkeiten in den verschiedenen Abteilungen informiert und haben gleichzeitig die Möglichkeit, sich untereinander in vielfältigster Weise zu vernetzen.

Als Arbeitgeber, aber natürlich auch als Dienstleister fordert uns die Corona-Pandemie besonders heraus. Um unserer Verantwortung gerecht zu werden, haben wir umfassende Maßnahmen installiert: kontaktlosen Schichtwechsel, mobiles Arbeiten, eine 3G-Regel am Arbeitsplatz, umfangreiche Impf- und Testangebote, diverse Hygienemaßnahmen u. v. m.

So ist es uns bisher gelungen, ohne Produktionsausfälle und mit vergleichsweise wenig Infektionen durch diese fordernde Zeit zu kommen. Wir werden auch weiterhin alles tun, um unsere Mitarbeiter*innen zu schützen und für unsere Kunden handlungsfähig zu bleiben.

Selbstverständlich steht Nachhaltigkeit bei uns auch für den Schutz von Klima und Umwelt – eine Verantwortung, der wir uns aus Überzeugung stellen. Unsere Aktivitäten fokussieren sich aktuell insbesondere auf das Thema CO₂: Wir haben in diesem Jahr für alle Standorte eine CO₂-Bilanz erstellt und unsere Standorte weitestgehend auf nachhaltigen Strom umgestellt. Weitere Aktivitäten mit dem Fokus auf nachhaltige Energieeinsparung und eigene Energieerzeugung sind bereits in Planung.

Wir wissen, dass wir dieser Aufgabe nur im Team gewachsen sind, gemeinsam mit unseren Mitarbeiter*innen, Lieferanten und Kunden. Wir haben bereits mehr als 150 Kunden dabei unterstützt, ihre Dokumente und Mailings klimaneutral zu produzieren. Wir sparen mit vielfältigen Maßnahmen signifikante Mengen an klimaschädlichen Emissionen ein und haben darüber hinaus bis Ende 2021 mehr als 3.000 Tonnen CO₂-Emissionen für unsere Kunden kompensiert – das entspricht der Pflanzung von 235.000 Bäumen.

Unsere Nachhaltigkeitsziele werden in Übereinstimmung mit internationalen Empfehlungen und Veröffentlichungen wie z. B. den 17 Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen entwickelt.

Wir möchten allen, die an den Themen mitarbeiten, an dieser Stelle ausdrücklich danken. Gemeinsam haben wir bereits einiges erreicht. So haben wir uns kürzlich dem EcoVadis-Nachhaltigkeitsrating im Bereich Corporate Social Responsibility

unterzogen und wurden mit einer Silbermedaille ausgezeichnet. Darauf sind wir stolz, denn das gute Ergebnis zeigt, dass wir dieses Thema sehr ernst nehmen.

Wir haben noch einen weiten Weg vor uns – aber die ersten Schritte sind getan, sowohl in der Paragon Gruppe als auch in der von uns verantworteten Region.

Die kommenden Jahre werden durch Risiken geprägt sein, aber auch enorme Chancen bieten. Wir als Paragon Group sind entschlossen, langfristige Verpflichtungen einzugehen, um diese Chancen optimal zu nutzen. Die Unternehmensvision, die in der Überschrift dieses Vorworts formuliert wird, ist entstanden als Verdichtung eines kulturellen Transformationsprozesses, in dem wir unser Unternehmen in all seinen Facetten auf das globale Nachhaltigkeitsgebot ausrichten. Nachhaltigkeit als bewusst angenommene und täglich gelebte Verantwortung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft ist ein „Work in Progress“, ein nie abgeschlossenes Projekt. Nur ein Unternehmen mit einer konkreten Vision hat die Kraft, einen eigenen Beitrag zu diesem Projekt leisten zu können. Davon sind wir überzeugt, und danach handeln wir – heute und in Zukunft.



Von links nach rechts: **Philippe Coquelet** (Chief Financial Officer), **Thomas Simon** (Chief Executive Officer), **Thomas Sperl** (Chief Technology Officer) und **Alexander Schäfer** (Chief Sales Officer)

Vorstellung des Nachhaltigkeitsteams

Die Mischung macht's: Eine Vielfalt von Persönlichkeiten, Kompetenzen und Expertisen zeichnet unser Reporting-Team aus. Dem engagierten Miteinander und dem besonderen Team-Spirit ist es ganz wesentlich zu verdanken, dass die Erstellung des Berichts in einem sehr engen Zeitrahmen überhaupt möglich war.



Der Stratege

Thomas Simon – eine der tragenden Säulen im Nachhaltigkeitsteam. Er leitete das gesamte Team auf dem Weg, an dessen Ende wir nun voller Stolz das Ergebnis präsentieren können. Er engagiert sich nicht nur für das Unternehmen nachhaltig, sondern legt auch in seinem privaten Umfeld viel Wert auf das Thema. Der Weg ins Büro mit dem Fahrrad ist nur ein kleiner Teil davon.

CEO



Der Visionär

Andreas Keck – der Verantwortliche für den Nachhaltigkeitsbericht. Für ihn ist das Thema Nachhaltigkeit nicht nur ein Projekt. Andi hat es verinnerlicht und lebt es mit Begeisterung. Und mit dieser Begeisterung hat er das ganze Team schnell angesteckt.

Director Sales Document Output und Head of Sustainability



Die Problemlöserin

Silvia Hees – unterstützt als echte Teamplayerin und fordert uns mit den richtigen kritischen Fragen. Sie ist hilfsbereit und vielseitig und bringt ihr Wissen an allen Stellen ein. Privat verbringt sie gerne Zeit in der Natur und ist leidenschaftliche Hobby-Imkerin.

Internal Auditor



Die Kreative

Sabine Jensch – unsere Marketing- und Kommunikationsexpertin. Immer hilfsbereit, hat sie stets eine kreative Lösung auf Lager. Mit ihrer langjährigen Erfahrung und ihrem Know-how ein ganz wichtiger Teil unseres Teams!

Marketing Manager

**Die Unermüdliche**

Katharina Rausch – eine Kollegin, die man sich im Team einfach nur wünschen kann. Stets hilfsbereit, aufmerksam und kompetent treibt sie die Projekte voran. Außerdem erträgt sie Menschen in jeder Stimmungslage und unterstützt bei kniffligen Aufgaben. Sie ist unser Ass im Ärmel! Nach einem stressigen Arbeitstag genießt Kathi lange Spaziergänge mit ihren Hunden in freier Natur.

Bid & Contract Manager

**Der Macher**

Tomas Krohne – der Pragmatiker in unserem Nachhaltigkeitsteam. Nicht zu vergessen: seine unermüdliche Hilfsbereitschaft, auf die wir stets zählen können. Auch versorgt er uns nicht nur mit Anregungen und Zeilen zum Nachdenken – so manches Video oder mancher Bericht war schon ein gewaltiger Denkanstoß. Seine Feierabende nutzt Tomas für lange Fahrradtouren, oder er geht mit seiner Hündin spazieren.

Leiter Infrastruktur & Facilitymanagement & Environmental

**Die Motivatorin**

Nicole Lohaus – hat immer das große Ganze im Blick. Mit ihrer Passion, Themen mitzugestalten und positiv zu verändern, ist sie die perfekte Treiberin unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten und eine große Stütze für den Bericht. In ihrer Freizeit ist sie auf der Laufbahn im Leichtathletikstadion aktiv.

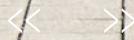
Senior Consultant Purchase

**Die Kosmopolitin**

Kim Lara Slacek – Struktur mit Kultur! Kim versorgt uns mit Infos zu unseren Mitarbeiter*innen aus Systemen und Umfragen. Bei Reisen durch die Welt ist sie offen für andere Kulturen.

HR Business Partner

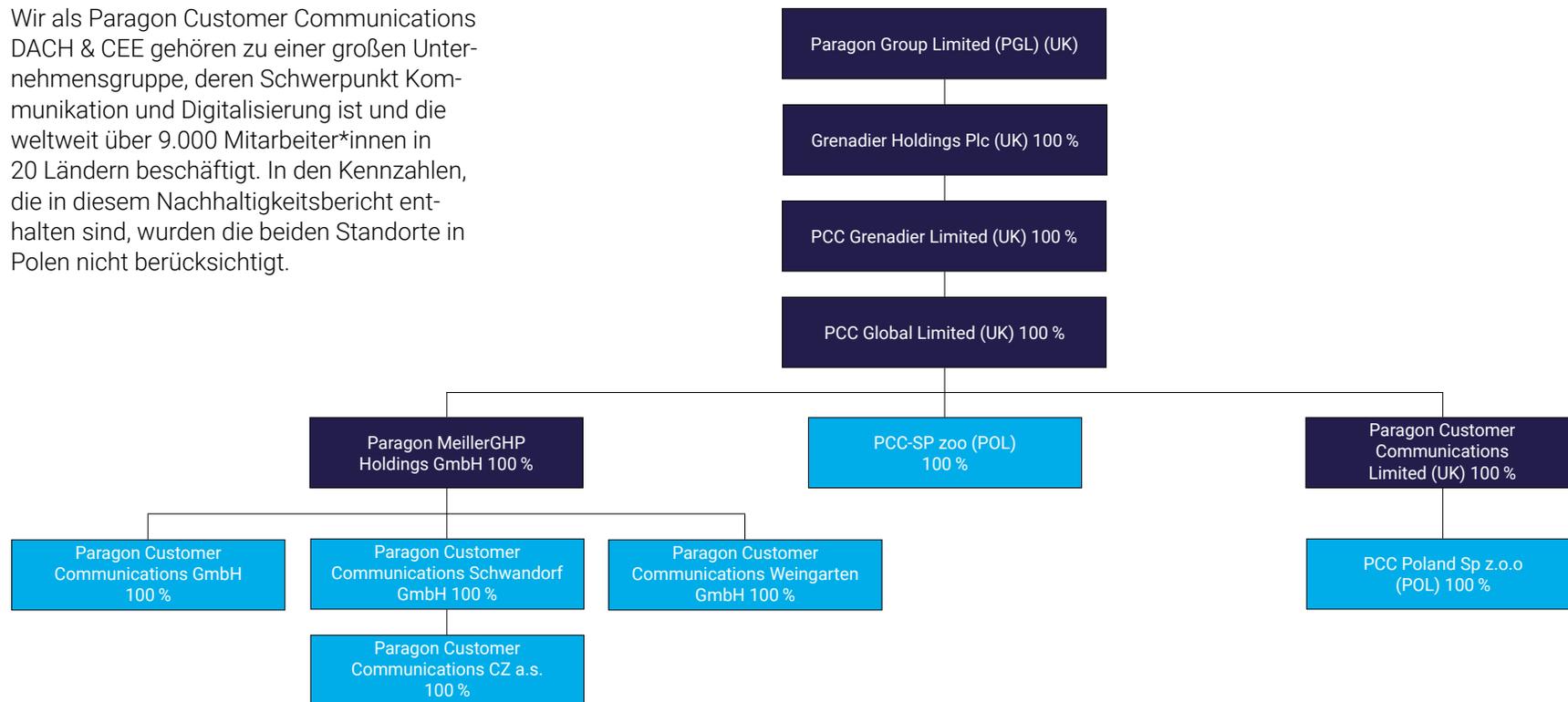
1. UNTERNEHMEN „SUSTAINABLY CONNECTED“ – MEHR ALS NUR EIN MOTTO



1.1 Paragon DACH & CEE – wer wir sind

Zur besseren Lesbarkeit werden wir an späterer Stelle im Text anstelle von „Paragon Customer Communications DACH & CEE“ die Kurzform „Paragon“ verwenden.

Wir als Paragon Customer Communications DACH & CEE gehören zu einer großen Unternehmensgruppe, deren Schwerpunkt Kommunikation und Digitalisierung ist und die weltweit über 9.000 Mitarbeiter*innen in 20 Ländern beschäftigt. In den Kennzahlen, die in diesem Nachhaltigkeitsbericht enthalten sind, wurden die beiden Standorte in Polen nicht berücksichtigt.



- 1. Unternehmen
- 2. Planet
- 3. People
- 4. Partners
- 5. Fazit & Ausblick

Die Paragon Gruppe umfasst folgende Bereiche/Unternehmensteile:

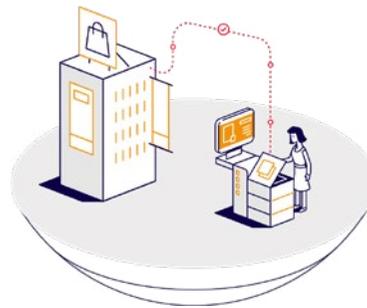
I. PARAGON ID (ca. 10 % vom Gruppenumsatz) produziert, liefert und betreibt Technologien rund um RFID- und NFC-basierte Identifikationslösungen. Hierzu gehören:

- Elektronische Identifizierung (e-ID) von Personen
- Smart Transport und Smart Cities
- Produktidentifizierung und Fälschungsschutz mittels Smart Labels und Smart Cards



II. PARAGON GRAPHIC SERVICES (ca. 8 % vom Gruppenumsatz) ermöglicht z. B. die digitale Printproduktion von Kleinauflagen.

- Print- und Copyshops für Endverbraucher*innen
- Digitale Großformate für Messen und POS
- On-demand-Druck von Büchern
- CGI und Virtual Reality



III. PARAGON CUSTOMER COMMUNICATIONS (ca. 82 % vom Gruppenumsatz) ist der Spezialist rund um Kundenkommunikation. Wir bringen die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt, auf dem gewünschten Kanal zum/zur Empfänger*in.



Customer Experience & Marketing



Business Process & Transactional



Digital Customer Experience



Wir sind Paragon Customer Communications DACH & CEE

Paragon Customer Communications DACH & CEE ist Teil der Division „Customer Communications“. An acht Standorten, von denen sich fünf in Deutschland befinden, werden mit 844 Mitarbeiter*innen Leistungen rund um eine optimierte Kundenkommunikation erbracht.

Der Hauptsitz der Organisation befindet sich dabei in Korschenbroich.

Im Geschäftsjahr 2020/2021 erwirtschaftete Paragon Customer Communications DACH & CEE einen Nettoumsatz von 160 Millionen Euro.



1. Korschenbroich

- Physischer & elektronischer Dokumentenoutput
- Printmanagement
- Inbound Management



5. Weingarten

- Physischer & elektronischer Dokumentenoutput
- Archivrechenzentren



2. Bamberg

- Consulting
- Projektmanagement



6. CZ-Nýřany

- Dialogmarketing
- Hüllenproduktion



3. Schwandorf

- Dialogmarketing
- Digital Services
- Physischer Dokumentenoutput
- Inbound Management



7. PL-Kraków

- Dialogmarketing
- Physischer Dokumentenoutput



4. Magdeburg

- Physischer & elektronischer Dokumentenoutput



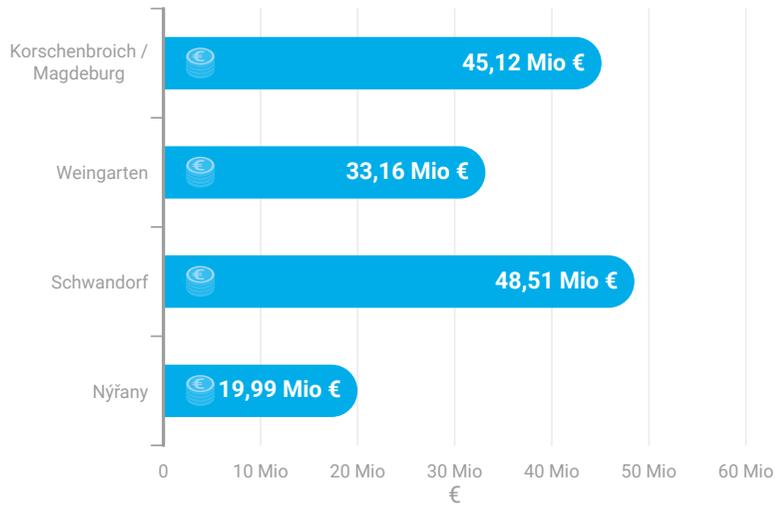
8. PL-Warsawa

- Inbound Management
- Presentation Services
- Nearshore Services
- Technology Shared Services
- Center Printmanagement



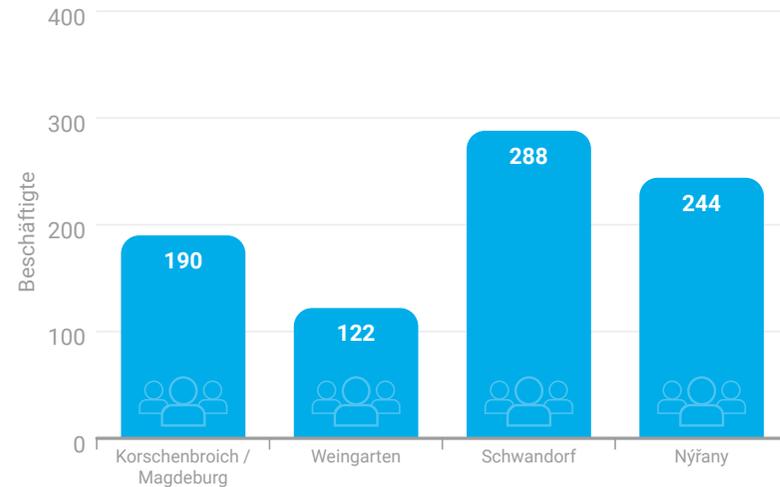
Daten und Fakten im Überblick:

Größe der Organisation: Nettoumsatz



2020/2021

Gesamtzahl Beschäftigte/Standort



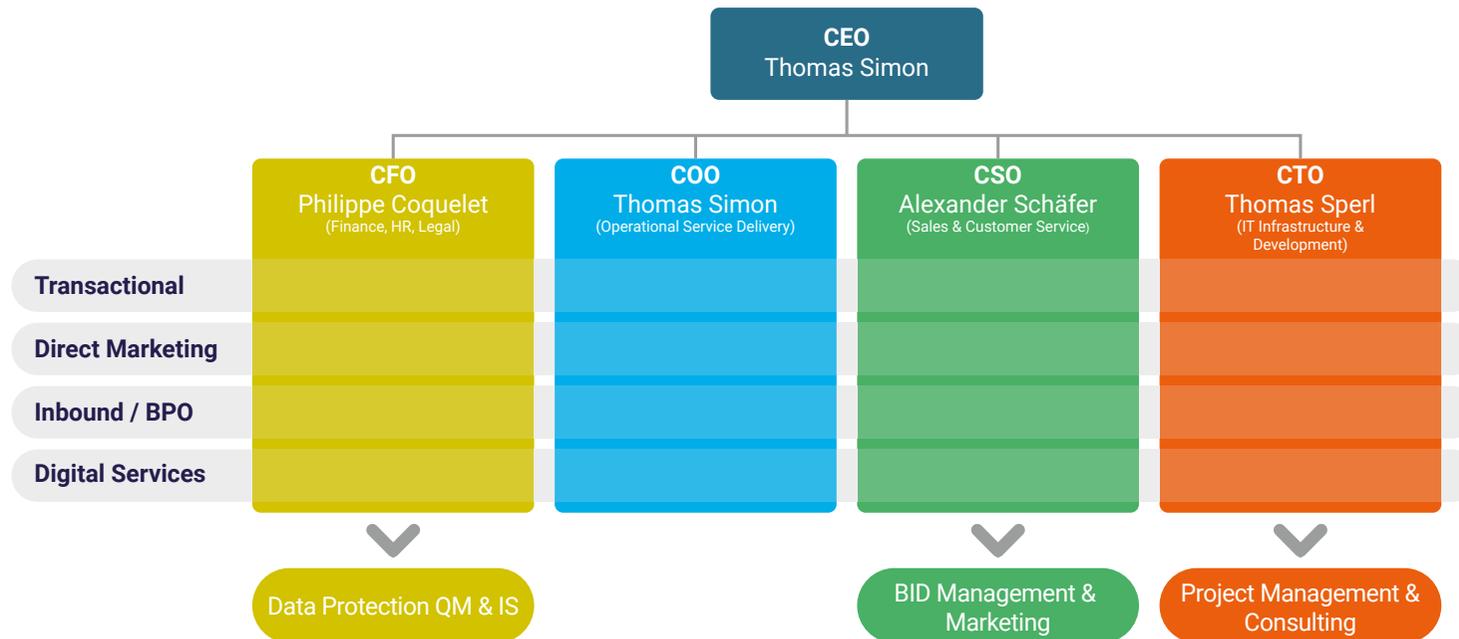
2020/2021

In den Kennzahlen, die in diesem Nachhaltigkeitsbericht enthalten sind, wurden die beiden Standorte in Polen nicht berücksichtigt.

Unsere Organisation

Alle Unternehmen der Paragon Customer Communications DACH & CEE werden von Thomas Simon als Chief Executive Officer (CEO) verantwortet, geleitet und unterliegen ferner einer einheitlichen Management-Board-Struktur:

Der Bereich Nachhaltigkeit ist mit einer Position „Head of Sustainability“ aktuell im Bereich Sales zu finden. Im Geschäftsjahr 2021/2022 wird es hier eine Neuerung geben. Nachhaltigkeit wird zur Chefsache: Der Bereich Nachhaltigkeit wird direkt an den CEO Thomas Simon berichten und wird um einen „Sustainability Manager“ ausgebaut.



Was wir zu bieten haben – unsere Services

Mit unseren Services können Unternehmen ihre Kundenkommunikation individuell gestalten, optimiert versenden – physisch und digital – und intelligent steuern. Dabei ist uns wichtig, mit unseren Kunden gemeinsam die besten Lösungen zu erarbeiten und gleichzeitig den Blick zu schärfen, Dinge möglichst nachhaltig zu tun. Diesen Dialog suchen wir mit den Kunden und die Kunden mit uns und wir bauen unsere Lösungen dazu stetig weiter aus. Lesen Sie dazu auch den Teil „Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen“, in dem wir diesen wachsenden Bereich vorstellen.

Grundsätzlich lassen sich unsere Services in folgende 3 Bereiche gliedern:

Customer Experience & Marketing

In unserem Bereich „Customer Experience & Marketing“ bieten wir hochwertige Marketing-Prints und One-to-One-Mailings im Bereich Direct-Mail-Services. Hier entstehen wirkungsvolle Dialogkonzepte, mit denen wir – offline wie online – jede*n Empfänger*in personalisiert ansprechen.

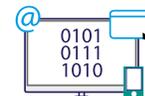
- Direct Mail & Marketing Print
- One-to-One-Marketing
- Kampagnenmanagement
- Printmanagement
- Digital Marketing
- Tech Consulting & Marketing Services



Business Process & Transactional

Im Bereich „Business Process & Transactional“ dreht sich alles um das Thema Document Output. Mit jährlich rund 350 Millionen verarbeiteten, gedruckten und konfektionierten Geschäftsdokumenten von Unternehmen unter anderem aus den Bereichen Finanzen, Versicherung und Telekommunikation sind wir Marktführer in diesem Bereich. Eine Besonderheit ist dabei unser 4 Standorte-Konzept, das ermöglicht, empfängernah zu drucken und damit signifikant Porto, Transportwege und damit CO₂ zu sparen. Wir bieten auch digitale Formate, bei denen Empfänger*innen zwischen verschiedenen digitalen Zustelloptionen wählen können – ob als verschlüsseltes Dokument per E-Mail, im sicheren Web-Portal oder in den Archivrechenzentren.

- Transaction Services
- Document Solutions
- Omnichannel Inbound
- Portokonzepte und Portooptimierung



Digital Customer Experience

Im Bereich „Digital Customer Experience“ bieten wir Services rund um Konzepte und Anwendungen für Data Analytics & Insights: Archivierung, Rechenzentrum und Analysen und Anwendungen intelligenter Datenanalyse.

Unsere besonders nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen bilden sich in allen Bereichen ab.

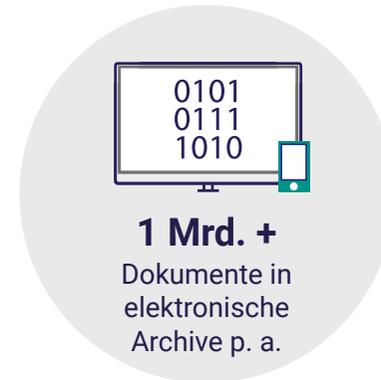
Sie zielen ab auf ...

- ... eine klimaneutrale Produktion,
- ... intelligente, emissionsreduzierende Versandkonzepte und
- ... Digitalisierung. (siehe Kapitel „Nachhaltige Produkte“)

- Data Analytics & Insights
- Rechenzentrum
- Digital Archive Solutions



Anzahl unserer angebotenen Produkte und Dienstleistungen auf einen Blick

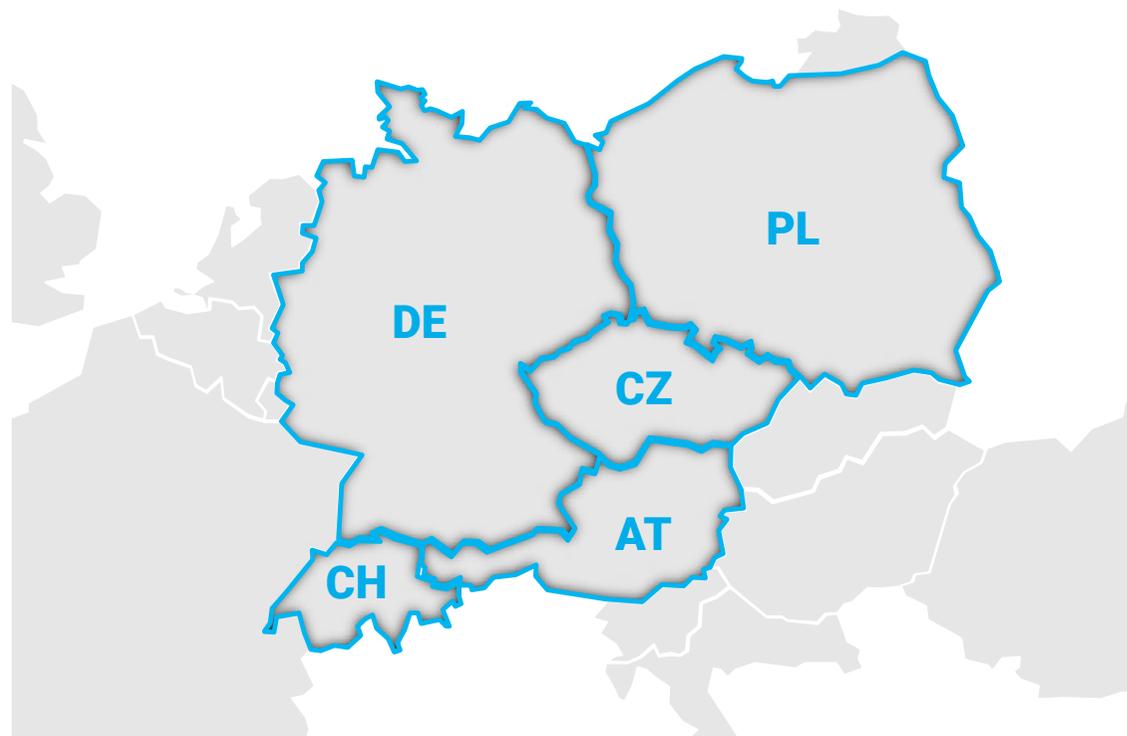


Unsere Kunden

Wir verfügen über eine Vielzahl an namhaften Kunden verschiedenster Branchen und Sektoren. Die Kundenstruktur zeichnet sich vor allem durch enge und sehr lange Kundenbeziehungen aus. Unsere Zielgruppe sind hauptsächlich Unternehmen. Wir bewegen uns schwerpunktmäßig im Business-to-Business-Bereich. Hierbei beliefern wir unterschiedlichste Branchen:

von der **Automobilindustrie, Agenturen, der Telekommunikation, Energieversorgern, Finanzdienstleistern, FMCG, Fundraisern, Retailern, dem Versandhandel, Versicherungen** bis hin zum **öffentlichen Sektor**.

Die Auslieferung unserer Produkte und Erfüllung von Dienstleistungen erstrecken sich geografisch hauptsächlich auf **Deutschland, Österreich, die Schweiz, die Tschechische Republik und Polen**.



Nachweislich engagiert – unsere Zertifikate und Mitgliedschaften

Die Zufriedenheit unserer Kunden und Partner hat bei uns oberste Priorität. Daher haben wir hohe Qualitätsansprüche an unsere Produkte und Dienstleistungen. Neben unserem Qualitätsmanagementsystem bescheinigen auch zahlreiche und je nach Standort variierende Zertifikate unabhängiger Prüfstellen den hohen Standard unseres Unternehmens. Die Auditierungen dazu finden jährlich statt. Außerdem werden jedes Jahr interne Audits durch eigene qualifizierte Mitarbeiter*innen durchgeführt, damit interne Qualitäts- und Sicherheitsstandards auch stets gewährleistet sind.



	Korschenbroich	Schwandorf	Weingarten	Magdeburg	Nyřany (CZ)
ISO 9001 Qualitätsmanagement	●	●	●	●	●
ISO 14001 Umweltmanagement	●		●		●
ISO IEC 27001 Informationssicherheit	●	●	●	●	●
ISO 45001 Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement					●
ISO 50001 Energiemanagement		●			
FSC® Umweltzertifikat (FSC-C111946)		●			●
PEFC™ Umweltzertifikat		●			●
Blauer Engel					●
Strom aus Wasserkraft	●	●	●		
CO ₂ -klimaneutrales Naturgas	●		●		
ClimatePartner	●	●	●	●	●
EcoVadis	●	●	●	●	

Unsere Mitgliedschaften bei Verbänden und Interessengruppen

Da uns der Austausch und das Networking wichtig sind, sind wir ein aktives Mitglied wichtiger Verbände unserer Branche.

- Verband der Papier- und Verpackungsindustrie (VBPV)
- Industrie- und Handelskammer (IHK)
- Deutscher Verband für Post, Informationstechnologie und Telekommunikation (DVPT)
- Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit (GDD) e. V.
- CUG-Deutschland e.V.
- Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) e. V.
- Pensions-Sicherungs-Verein (PSVaG)
- Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG)
- Berufsgenossenschaft BG ETEM
- Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV) e. V.



1.2 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Die Unternehmensstrategie von Paragon ist von Wachstum und Profitabilität geprägt. In unseren Geschäftsfeldern Document Output und Direct Marketing sind wir Marktführer und streben einen Ausbau unserer Aktivitäten und Kundenbeziehungen an. Unsere Inbound/BPO Services komplettieren unsere Customer-Communications-Dienstleistungen zu einem 360-Grad Angebot. Durch langjährige und vertrauensvolle Kooperationen mit unseren Kunden sind wir inzwischen in vielen Fällen der erste Ansprechpartner für Digitalisierung von Kundenkommunikation und bauen dieses Geschäftsfeld strategisch aus.

Mit unserem Wachstum und einer immer größeren Marktpräsenz geht eine wachsende Verantwortung für ressourcenschonendes und nachhaltiges Handeln einher. Wir haben diese Verantwortung gegenüber Menschen, Gesellschaft und Umwelt in unseren Unternehmenswerten und Führungsleitlinien verankert und setzen sie mit konkreten Maßnahmen und Projekten um.

Neben der wachsenden Verantwortung stellen wir vermehrt steigende Risiken bei den Themen Umweltschutz, Mitarbeiter- und Ressourcenverfügbarkeit fest. Im Sinne eines umfassenden Risikomanagements ist es unerlässlich, unsere Nachhaltigkeitsstrategie Jahr für Jahr zu verfeinern und diese Risiken einzuschränken.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie fußt auf den Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse mit unseren Stakeholdern. Wir fokussieren uns auf die Themenschwerpunkte dieser Analyse und treiben unsere Projekte mit einem hohen Grad an Pragmatismus und Umsetzungsgeschwindigkeit voran:

- Planet – Schutz der Natur und Umwelt:**
Wir analysieren unseren Einfluss auf Natur und Umwelt, legen Fokusthemen fest und bearbeiten daraus resultierende Projekte. Als energieintensives Unternehmen konzentrieren wir uns aktuell auf die Themen Klimaschutz, Energiemanagement und -einsparung.
- People – Arbeitgeberimage:**
Der Fachkräftemangel trifft uns hart und die Bedeutung der Arbeitgeberattraktivität steigt stetig. Im ersten Schritt arbeiten wir Dinge, die wir heute bereits tun, kommunikativ besser auf und betrachten die Möglichkeit, diese auf alle Standorte auszurollen. Neue Ideen werden parallel vorangetrieben.
- People – Arbeitssicherheit:**
Dies war schon immer ein Fokusthema für uns und wird in pandemischen Zeiten noch wichtiger. Wir fokussieren uns daher auf Sicherheitsvorkehrungen, die unsere Mitarbeiter*innen schützen und unsere Lieferfähigkeit erhalten.
- Partners – Kundenorientierung:**
Die aktive Entwicklung nachhaltiger Produkte und Lösungen und deren Vermarktung bilden die Eckpfeiler in diesem Themenschwerpunkt.

Im Berichtszeitraum haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet und schnell entschieden, Nachhaltigkeit als Stabsfunktion in der Organisation zu platzieren. Die Vorbereitungen dazu laufen und die organisatorischen Änderungen werden im folgenden Geschäftsjahr umgesetzt. Um uns ideal für die anstehenden Aufgaben aufzustellen, haben wir entschieden, in die Unterstützung durch externe Experten zu investieren und im folgenden Jahr unser Know-how weiter zu vertiefen.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist jung und in Bewegung. Wir stehen für Pragmatismus und Umsetzungsgeschwindigkeit. Wir arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung unserer Strategie und setzen diese Schritt für Schritt gemeinsam um.



1.3 Nachhaltige Produkte & Dienstleistungen

Für unsere Kunden spielt das Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Das wurde in unserer Kundenumfrage im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse nochmals sehr deutlich (siehe auch hierzu 2.4 Unsere wesentlichen Themen).

Unser Anspruch ist, Ressourcen effizient einzusetzen, Kundenkommunikation nachhaltig zu produzieren sowie zu versenden und langfristig mit den Kunden zusammenzuarbeiten. Basis dafür ist die UN Climate Change Initiative „Climate Neutral Now“ mit dem Ziel „Messen – Vermeiden – Kompensieren“ (siehe <https://unfccc.int/climate-action/climate-neutral-now>). Hierbei soll der CO₂-Fußabdruck in Bezug auf die bei uns gekauften Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich gemessen, reduziert und schon jetzt klimaneutral gestellt werden.

Verwendung von nachhaltigen Rohstoffen

Wir bieten unseren Kunden neben dem Einsatz von Recyclingmaterial auch Produkte an, die FSC®- und PEFC™-zertifiziert sind. Beide Systeme verpflichten sich zur unabhängigen Überprüfung von verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern, wobei der Schwerpunkt auf der Erhaltung natürlicher Lebensräume und der Achtung der Rechte von Waldarbeiter*innen und lokalen Gemeinschaften liegt. Durch diese Systeme kann Paragon sicher sein, dass das eingesetzte Papier aus einer vollständig nachvollziehbaren Lieferkette stammt. Darüber hinaus ist unsere Briefumschlagherstellung mit dem Blauen Engel (DE-UZ 195) zertifiziert.



Das Zeichen für
verantwortungsvolle
Waldwirtschaft



www.blauer-engel.de/uz195

Klimaneutrale Produkte

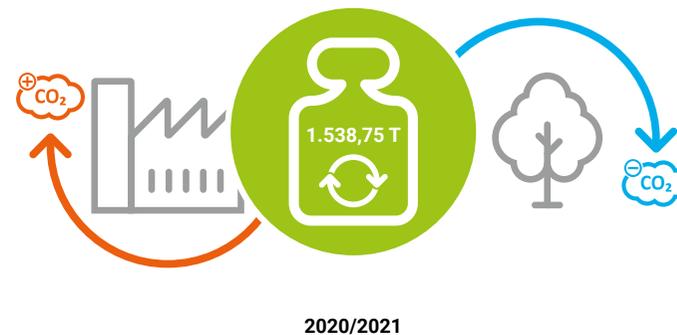
Der Einsatz klimaneutral produzierter Dokumente, Briefe und Mailings bietet den Kunden die Möglichkeit, schnell und einfach im Klimaschutz aktiv zu werden. Dies ist für viele Unternehmen eine wichtige Maßnahme, die Klimaschutzziele zu erreichen, denen sie sich im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie verpflichtet haben. Bei der klimaneutralen Produktion werden die Mengen an Treibhausgasemissionen, die durch das eingesetzte Material und bei der Herstellung der Druckerzeugnisse entstehen, ermittelt und eine CO₂-Bilanz erstellt. Hierbei unterstützt uns der führende Anbieter ClimatePartner. Die errechneten CO₂-Emissionen werden durch vielfältige Aktivitäten rund um die Themen Energieeinsatz, Materialsubstitution und -reduzierung sowie die Digitalisierung von Prozessen im Laufe der Zusammenarbeit immer weiter reduziert. Alle verbliebenen CO₂-Emissionen gleichen wir durch Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte aus. Zusätzlich zur klimaneutralen Produktion können Kunden über uns auch den Versand ihrer Dokumente, Briefe oder Mailings klimaneutral stellen lassen.

Beim klimaneutralen Versand werden die Briefsendungen beim betreffenden Versanddienstleister angezeigt mit der Maßgabe, diese Sendungen klimaneutral zu versenden. Somit werden im kompletten Kommunikationslogistikprozess alle nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen ausgeglichen.

Uns haben bereits mehr als 150 Kunden damit beauftragt, ihre Dokumente und Mailings klimaneutral zu produzieren. Im Berichtsjahr hat unsere Organisation **1.539 Tonnen CO₂-Emissionen** für unsere Kunden kompensiert, was der **Pflanzung von 123.120 Bäumen**

entspricht. Bis Ende 2021 wird Paragon mehr als **3.000 Tonnen CO₂-Emissionen** für seine Kunden kompensiert haben – das bedeutet umgerechnet die **Pflanzung von 235.000 Bäumen!** Mit diesen Kompensationsaktivitäten erwirtschafteten wir im Berichtsjahr einen Umsatz in Höhe von **44.149,52 €**. Darüber hinaus fragen unsere Kunden verstärkt nach nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen und nutzen Paragon als Sparringspartner, um Nachhaltigkeit in ihren Unternehmen weiter nach vorne zu treiben und weitere Produkte für Kunden zu entwickeln.

Senkung der THG-Emissionen (GRI):
Mit Klimaschutzprojekten ausgeglichene Menge an CO₂-Emissionen



Einzigartiges 4-Standorte-Konzept reduziert CO₂-Emissionen

Die signifikante Einsparung von CO₂-Emissionen ist eines der größten und anspruchsvollsten Ziele in der Dokumentenlogistik und somit auch für Paragon.

Unsere Organisation in Deutschland spart schon heute in Summe signifikante CO₂-Mengen durch das einzigartige 4-Standorte-Konzept im Document Output ein. Hierbei werden durch die empfangernahe Produktion von Dokumenten Logistikstrecken in der physischen Zustellung vermieden. Wir sortieren hier Transaktionsdokumente wie etwa Vertragsänderungen oder Abrechnungen digital nach Postleitregionen auf die verschiedenen Standorte vor, um sie empfangernah zu produzieren. Auf diese Weise können wir Transportwege reduzieren, Zustellkosten verringern und CO₂ signifikant einsparen.

Wir agieren hierbei als Generalunternehmer für den kompletten Dokumentenlogistikprozess zustellerunabhängig und können grundsätzlich alle Anbieter und nationalen Logistiknetzwerke einbinden.



CO₂-Emissions-Rechner

Mit unserem 4-Standorte-Konzept sparen Kunden pro Briefsendung über 30 % CO₂ bzw. ca. 20 Gramm CO₂ pro Sendung. Das sind umgerechnet ca. 600 km Einsparung in der Transportkette pro Tag. Kunden können zukünftig die so eingesparten CO₂-Emissionen anhand eines Rechners selbst ermitteln (der Rechner ist bequem unter <https://www.paragon-cc.com/de/reduzieren-sie-ihren-co2-fussabdruck> zu erreichen):

Berechnen Sie Ihre potenziellen CO₂-Einsparungen

Eingabe jährliche Sendungsmenge* bei Umstellung auf 4-Standort-Konzept:

500000 Briefsendungen p.a.

CO₂-Einsparung durch dezentralen Druck:

4,50 Tonnen

CO₂-Einsparung durch optionalen Einsatz von Adress-Services vor Druck und Versand:

0,62 Tonnen

Adressmanagement

Durch unseren On- und Offline-Adress-Service können potenzielle „Falschadressen“ vor dem Start von Produktion und Versand identifiziert werden. Die Überprüfung der eingelieferten Adressdaten im Zuge der Datenaufbereitung vor dem Druck ermöglicht es, „Falschadressen“ zu korrigieren und somit Rückläufer in einem bestimmten Maße auszuschließen. Die Rückläufervermeidung vor dem Druck spart Porto und schon die Umwelt, da Ressourcen wie z. B. Papier und Logistik nicht unnötig eingesetzt werden.

Nach unseren Erfahrungswerten werden so pro nicht falsch verschickter Sendung zwischen 30 und 50 Gramm CO₂ eingespart!

E-Rechnung

Wir als Paragon gehen alle technisch möglichen E-Rechnungsformate und Versandwege mit:

- XRechnung auch aus gesetzlichen Anforderungen
- ZUGFeRD
- EDI in verschiedensten Ausprägungen

Digitalisierung

Digitalisierung kann ein wesentlicher Faktor im Bereich Nachhaltigkeit sein. Wo es sinnvoll und möglich ist, beraten wir unsere Kunden, ihre Kommunikation auf digitalem Wege zu versenden, um die bei Produktion und Versand von physischer Post entstehenden Umweltbelastungen zu vermeiden.

Aber auch digitale Lösungen sind nicht immer automatisch nachhaltig. Deshalb ist es uns ein zentrales Anliegen, die digitale und physische Welt der Kundenkommunikation sinnvoll und ressourcenschonend zu kombinieren. Dazu haben wir verschiedene neue Produkte entwickelt, einige davon finden Sie nachfolgend.

Weitere digitale Kanäle

Selbstverständlich bedienen wir für unsere Kunden nahezu alle gewünschten Kanäle, um die benötigten Dokumente und Mailings an den richtigen Bestimmungsort zu bringen. Egal ob E-Mail, Secure Mail, SMS-Versand, Ablage in verschiedenen Portalen und Postboxen oder in Kurzzeitarchiven – alles ist möglich.

smartPrint

Über smartPrint werden durch eine intelligente Sendungszusammenführung und zentrale Sendungsproduktion Material und Ressourcen eingespart, was sich nachhaltig auf die Umwelt auswirkt.

Die Postsendungen werden hierbei direkt aus der dokumenterzeugenden Software über eine sehr einfache Schnittstelle an einen zentralen Druckstandort unserer Organisation übertragen, gedruckt, kuvertiert und über die Deutsche Post beziehungsweise über alternative Zustelldienste versendet.

smartPayroll

Mit smartPayroll ermöglichen wir unseren Kunden, die Verarbeitung und den Versand von Mitarbeiterdokumenten wie beispielsweise von Gehaltsabrechnungen, Zeitrachweisen, DEUVs sowie Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen auf eine sichere elektronische Zustellung umzustellen. Mitarbeiter*innen, die den digitalen Weg nicht nutzen möchten, bekommen weiter ihre Unterlagen per Brief – aber mit intelligenter Dokumentenzusammenführung, um unnötige Sendungen zu vermeiden.

Unsere Partner im Bereich der nachhaltigen Produkte & Dienstleistungen (Auszug):



Fallbeispiel nachhaltige Produkte

Seit 2021 unterstützen wir verschiedene Gesellschaften von E.ON SE in Deutschland auf dem Weg zur klimaneutralen Dokumentenlogistik. Auch hier steht die Zusammenarbeit ganz im Einklang mit dem Ziel „Messen – Vermeiden – Kompensieren“. Der CO₂-Fußabdruck der bei uns gekauften Produkte und Dienstleistungen wird durchgängig gemessen, reduziert und klimaneutral gestellt. Die Menge an Treibhausgasemissionen, die durch das eingesetzte Material und bei der Herstellung der Druckerzeugnisse von E.ON entstehen, werden ermittelt und eine CO₂-Bilanz erstellt. Das Ganze geschieht auch

hier in Zusammenarbeit mit dem Anbieter ClimatePartner. Im Anschluss werden die errechneten CO₂-Emissionen durch vielfältige Aktivitäten rund um die Themen Energieeinsatz, Materialsubstitution und -reduzierung sowie Digitalisierung von Prozessen im Laufe der Zusammenarbeit immer weiter reduziert. Alle verbliebenen CO₂-Emissionen werden durch Förderung international anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte weltweit ausgeglichen. Auch profitiert E.ON von unserem 4-Standorte-Konzept und spart signifikante CO₂-Mengen ein.

1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog

Um zu verstehen, welche Belange im sozialen, ökologischen und ökonomischen Kontext die höchste Wirkung haben und unsere Stakeholder am meisten bewegen, haben wir eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Diese ist zudem Voraussetzung, um die Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) Richtlinie zu erfüllen.

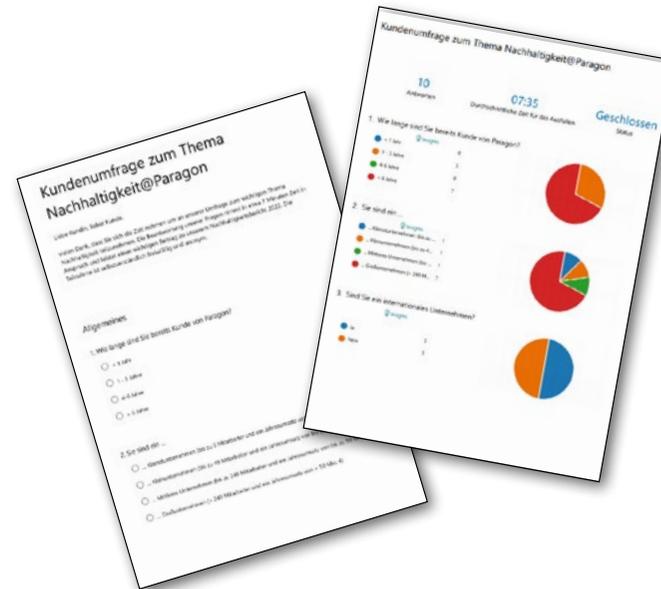
Dabei lag unser erstes Augenmerk auf unseren Stakeholdern. Wer sind unsere wichtigsten Interessengruppen und was sind ihre Erwartungen?

Unsere wichtigsten Stakeholdergruppen **Kunden, Mitarbeiter*innen, Lieferanten, Management** und **Investoren** wurden mit individuellen Fragebögen zu ihren Erwartungen hinsichtlich der Nachhaltigkeitsaktivitäten befragt – die Resonanz war riesig. Dieser erste Nachhaltigkeitsbericht ist für uns die Basis, auch über dieses Thema regelmäßig ins Gespräch zu kommen und gemeinsame Ziele zu definieren.

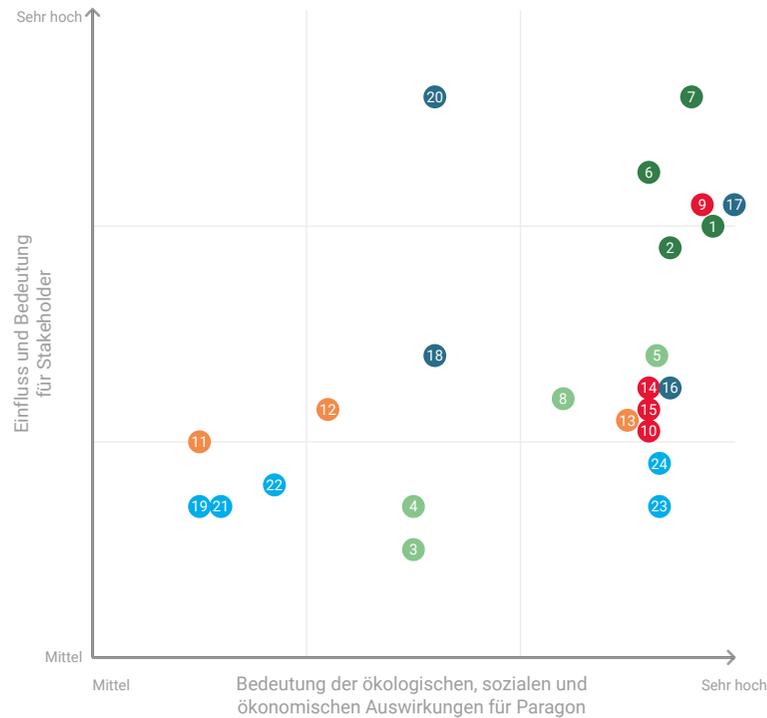
Gleichzeitig richten wir unsere Aktivitäten auf die Bereiche, bei denen wir einen wesentlichen Einfluss sehen. An welchen Stellen können wir als Paragon DACH CC einen Beitrag für das Thema Nachhaltigkeit setzen?

Nach einem intensiven Prozess unter Beteiligung der Stakeholdergruppen und dem Nachhaltigkeitsteam wurde folgende Wesentlichkeitsanalyse erarbeitet. Sie zeigt, wo wir als Paragon die wichtigsten Hebel sehen, und bildet die Grundlage bei der Bewertung aller Nachhaltigkeitsaktivitäten im Unternehmen.

Sie sehen in der Auswertung, wie schwierig es an manchen Stellen war, die Unterscheidung zwischen „sehr wichtig“ und „wichtig“ oder „eher unwichtig“ zu treffen, aber auch, welche große Relevanz die Themen für unsere Stakeholder haben.



Überblick über die 24 für uns wesentlichen Themen



- 1 | Schutz der Natur bzw. Umwelt
- 2 | Reduktion und Kompensation des CO₂-Fußabdrucks
- 3 | Mobilität
- 4 | Green IT / Hard- & Software
- 5 | Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen
- 6 | Papierverbrauch, Abfallvermeidung und -trennung / Recycling
- 7 | Ressourcenverbrauch und -effizienz
- 8 | Effizientes Energiemanagement (Einkauf, Produktion, Nutzung)
- 9 | Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit für Mitarbeiter*innen
- 10 | Vergütung und Sozialleistungen
- 11 | Soziale Gerechtigkeit in der Gesellschaft
- 12 | Diversity im Unternehmen (weniger Ungleichheiten, Ermöglichen von Vielfalt)
- 13 | Arbeitgeberimage
- 14 | Modernes Arbeiten
- 15 | Aus- und Weiterbildung
- 16 | Transparenz und Kommunikation
- 17 | Kundenorientierung
- 18 | Compliance und Risikomanagement
- 19 | Kooperation und Wissenstransfer
- 20 | Achtung der Menschenrechte
- 21 | Sensibilisierung der Geschäftspartner für nachhaltige Prozesse
- 22 | Logistik / Verkehr / Lieferwege der Lieferanten
- 23 | Investition in Qualität des Leistungsangebotes
- 24 | Optimierung von Arbeitsprozessen

Unsere wesentlichsten Themen

Im gleichen Prozess definierten wir die 4 wesentlichsten Themen für uns als Paragon, auf die wir in unserem Engagement und in diesem Bericht ein besonderes Augenmerk legen wollen.

Unter Berücksichtigung der Auswertung der Stakeholderbefragung sowie unter Einbeziehung des Managementboards haben wir die Themen definiert, die wir bei Paragon für die wesentlichsten halten und auf die wir uns in unseren Aktivitäten und auch in diesem Bericht besonders fokussieren.

- 1. Schutz der Natur und Umwelt (Planet)**
- 2. Arbeitgeberimage (People)**
- 3. Arbeitssicherheit (People)**
- 4. Kundenorientierung (Partners)**



1.5 Die SDGs @Paragon

Die Vereinten Nationen (UN) haben in der Agenda 2030 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) formuliert, die weltweit eine nachhaltige Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene sicherstellen sollen. Mit der Agenda 2030 will die Gemeinschaft weltweit ein menschenwürdiges Leben ermöglichen und dabei gleichsam die natürlichen Lebensgrundlagen dauerhaft bewahren. Die SDGs sollen ein Fahrplan für die Zukunft sein und richten sich an alle: Politik, Wissenschaft sowie Wirtschaft und auch an jede*n Einzelne*n.

Auch wir fühlen uns diesen Zielen verpflichtet. Mit dem Wissen, dass wir Verantwortung tragen. Für unsere Mitarbeiter*innen, Kunden und Lieferanten sowie auch für die zukünftigen Generationen. Welchen Beitrag leisten wir hier als Paragon?



Aktuell sehen wir bei Paragon die größten Wirkungsmöglichkeiten bei der Umsetzung einiger SDGs. Die Aktivitäten hierzu werden in den nachfolgenden Kapiteln intensiver beleuchtet.



2. PLANET: SCHUTZ DER NATUR UND UMWELT – SCHON JETZT AN MORGEN DENKEN



Innerhalb wichtiger Themen wie **Klimaschutz, Energie, Wasser** und **Entsorgung** leisten wir einen Beitrag zum Erreichen von SDG 7, 12, 13 und 15, indem ...



... wir hauptsächlich Strom aus erneuerbaren Quellen beziehen und unsere eigene Versorgung in diesem Bereich stark ausbauen wollen. Dies könnte beispielsweise durch eine ausgeweitete Anbringung von Photovoltaikanlagen auf den Gebäuden unserer jeweiligen Standorte erfolgen.



... wir zunehmend nachhaltiger produzieren. Dafür optimieren wir ständig unsere Arbeits- sowie Produktionsprozesse und investieren in eine nachhaltige Zukunft durch Einsatz umweltfreundlicher Materialien sowie modernster Technik in Produktion, Datenaufbereitung und IT-Infrastruktur.



... wir verstärkt am Ausbau unserer nachhaltigen Produkt- und Dienstleistungspalette arbeiten, Emissionen reduzieren oder ganz vermeiden und in Energieeffizienz sowie eine moderne Mobilitätsstrategie investieren.



... wir einen Beitrag dazu leisten wollen, unsere Landökosysteme zu schützen und nachhaltig zu erhalten. Hierzu achten wir auf die nachhaltige Beschaffung unseres wichtigsten Rohstoffs Papier. Ein Herzensprojekt erfüllen wir uns zudem an allen Standorten: Wir werden Wildbienenhotels errichten, um diesen einen Unterschlupf zu ermöglichen und die Biodiversität so aktiv zu unterstützen. Produziert werden diese durch lokal ansässige gemeinnützige Werkstätten für Menschen mit einer Behinderung.

2.1 Engagement von Paragon DACH & CEE

Schutz der Natur und Umwelt

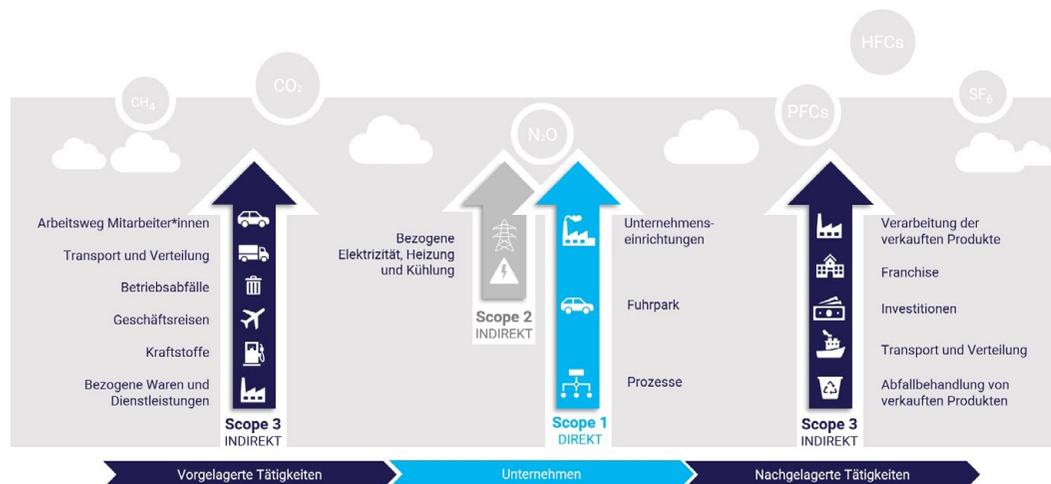
Der Klimawandel ist eine der großen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Deshalb sind Umweltschutz und Nachhaltigkeit für uns nicht nur Worte, sondern gelebte Werte, mit denen wir einen wichtigen Beitrag für die Menschen in der Gegenwart und für kommende Generationen leisten möchten, da sich das Thema in unserer Wesentlichkeitsanalyse als essenziell herauskristallisiert hat. In der Befragung unserer Stakeholder wurde deutlich, wie wichtig der Schutz von Umwelt und Natur für diese ist, und dass wir als Paragon hier aufgefordert sind, uns noch mehr als bislang zu engagieren.

Wie gehen wir vor?

Wir arbeiten nach dem Prinzip „Vermeiden – Reduzieren – Verwerten“. Unsere Produktionsabläufe sind umweltverträglich und ressourcenschonend angelegt und werden ständig kontrolliert und optimiert.

Wir sind an verschiedenen Standorten nach dem **Umweltmanagementsystem ISO 14001** zertifiziert. Mit Einhaltung dieser Norm schaffen wir die Voraussetzung für eine kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltschutzmaßnahmen.

Wir kümmern uns nachhaltig um die Steigerung unserer Energieeffizienz und lassen diese am Standort Schwandorf im Rahmen des **Energiemanagementsystems ISO 50001** regelmäßig bewerten. Wo möglich, beziehen unsere Standorte Strom und Gas aus 100 % erneuerbaren Energien.



2.2 Klimaschutz bei Paragon

Viele Länder, Institutionen und Unternehmen haben sich inzwischen zu den Zielen aus dem Pariser Klimaschutzabkommen bekannt und vielfältige Aktivitäten auf dem Weg zur Klimaneutralität gestartet. Gerade die Industrie spielt dabei eine entscheidende Rolle. Wir als Paragon möchten dazu unseren Beitrag leisten, unsere Emissionen weitestgehend reduzieren und auch unsere Kunden dabei unterstützen, ihre Klimaziele zu erreichen.

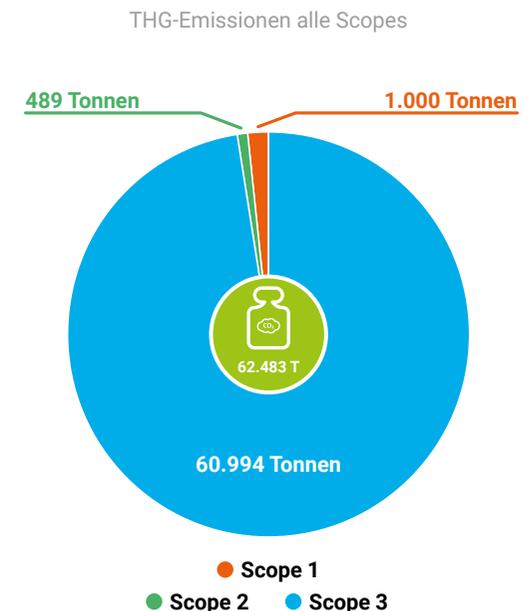
Erstellung der CO_{2e}-Fußabdrücke unserer Standorte

Über unsere Kooperation mit ClimatePartner haben wir alle Daten zur Erstellung des CO₂-Fußabdrucks strukturiert ermittelt und diese final in eine Klimabilanz einfließen lassen, die entsprechend geprüft und zertifiziert wurde.

Die Ermittlung erfolgt nach dem Standard des Greenhouse-Gas-Protokolls, das als der international am weitesten verbreitete Standard zur Erfassung und Bilanzierung von Treibhausgasemissionen gilt. Es gliedert die Emissionen in Scope-1-Emissionen (direkte Emissionen), Scope-2-Emissionen (indirekte Emissionen aus Endenergiebezug wie Strom und Fernwärme) und Scope-3-Emissionen (vor- oder nachgelagerte sonstige indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette).

Insgesamt wurden im Berichtsjahr durch die Geschäftsaktivitäten von Paragon **Emissionen** in Höhe von **62.482,9 Tonnen CO_{2e}** verursacht.

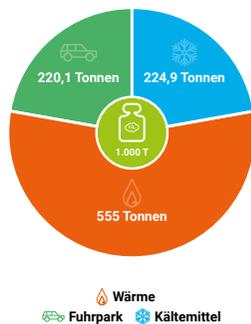
Davon sind **1.000 Tonnen CO_{2e} (1,6 %) direkte Emissionen (Scope 1)**, **489 Tonnen CO_{2e} (0,78 %) entfallen auf indirekte Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2)** und **60.994 Tonnen CO_{2e} (97,62 %) wurden durch andere indirekte Emissionen (Scope 3) verursacht.**



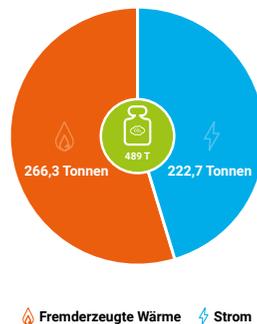
CO₂-Management: Reduzierung und Vermeidung von Emissionen

Auf Basis der ermittelten Emissionen haben wir erste Maßnahmen ergriffen, sehen aber noch große Potenziale – vor allem in Scope 3.

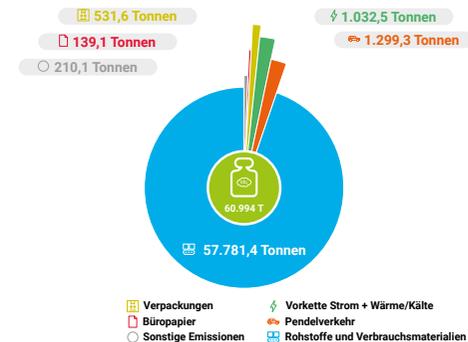
Direkte THG-Emissionen Scope 1



Indirekte THG-Emissionen Scope 2



Sonstige indirekte THG-Emissionen Scope 3



In **Scope 1** und **Scope 2** sind die großen Treiber **Wärme, Fuhrpark** und **Strom**. Wo möglich, haben wir bereits vor dem Geschäftsjahr 2020/21 auf Ökostrom umgestellt, in einem Umfang von ca. 16 Mio. kWh, was einer CO_{2e}-Einsparung von ca. 7,8 Tonnen entspricht. Im Jahr 2021/22 haben wir ein groß angelegtes Energieeffizienzprojekt gestartet mit dem Ziel, Potenziale in den Bereichen Energiebeschaffung, Energiemanagement und Energieerzeugung zu identifizieren. Im Bereich unserer Dienstwagen arbeiten wir bereits am

„**Fuhrparkmanagement der Zukunft**“. Dazu werden wir in den nächsten Monaten ein detailliertes Konzept verabschieden, in dem die dienstlich verursachte Mobilität neu und möglichst klimafreundlich geregelt wird. So wird beispielsweise der bestehende Fuhrpark nach und nach auf Elektromobilität umgestellt und ein entsprechendes Ladekonzept entwickelt.

In **Scope 3** betrachten wir die Emissionen, die nicht direkt von uns erzeugt werden, sondern in der vor- oder nachgelagerten Wertschöpf-

fung. Hier ist es wichtig, unsere Partner und Lieferanten mit ins Boot zu holen, da die Einsparung von Emissionen außerhalb unserer Standorte stattfinden muss.

Die größten Treiber sind hier Rohstoffe, Produktions- und Hilfsstoffe, die wir von unseren Lieferanten beziehen. Hier stehen wir – offen gesagt – noch ganz am Anfang. Die Lieferanten in unsere CO₂-Ziele einzubinden, gemeinsam an Lösungen zu arbeiten und Anreize zu schaffen, ist dabei unser Ziel (siehe auch Kapitel Nachhaltige Lieferkette).

Mobilität

Beim Thema **Pendelverkehr** fallen pro Jahr über 1.250 t CO₂ an. Wir sind bestrebt darin, die Mobilität unserer Mitarbeiter*innen möglichst emissionsfrei zu gestalten, beispielsweise bei den Fahrten zum Arbeitsplatz. So ist die Einführung eines JobRad-Angebots in Arbeit und wird gegen Frühjahr/Sommer 2022 verfügbar sein. Zusätzlich haben alle Mitarbeiter*innen an allen Standorten die Möglichkeit, ihre E-Bikes kostenfrei aufzuladen.

Durch die Schaffung von Homeoffice-Regelungen konnten wir zudem den Pendelverkehr stark reduzieren. Wir planen, diese Homeoffice-Möglichkeit auch nach der Corona-Zeit beizubehalten.

Dienstreisen dienen der Erreichung eines bestimmten Geschäftszweckes im Sinne des Unternehmens und sind in einigen Fällen unabdingbar. Paragon Mitarbeiter*innen sind dazu verpflichtet, die Vorgaben der Reiserichtlinie unter Beachtung des Umweltschutzes umzusetzen. Dazu gehört auch die Prüfung der Notwendigkeit einer Dienstreise oder möglicher Alternativen (z. B. Telefon- oder Videokonferenzen). Generell werden Mitarbeiter*innen dazu motiviert – wo es möglich ist –, auf Zugverbindungen zurückzugreifen. Reisen mit dem Flugzeug erfordern bei Paragon eine gesonderte Genehmigung durch die Geschäftsführung.

Detaillierte CO_{2e}- Übersichten finden Sie im Anhang.

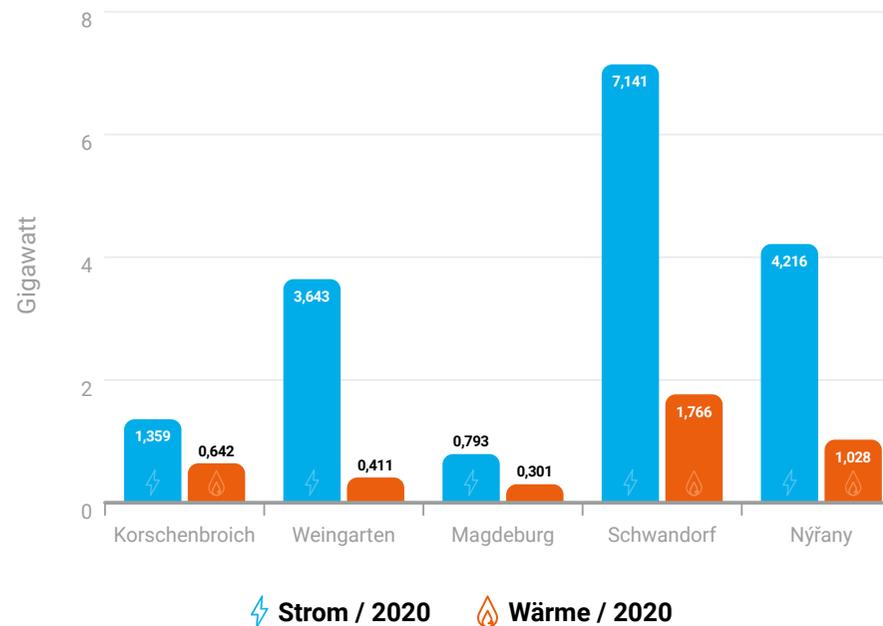


2.3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Die **wesentlichen Energieverbräuche** innerhalb unserer Organisation entstehen an den **Druck- und Kuvertierstraßen**, durch die **Beleuchtung in den Produktionsstätten** sowie bei der **Kälteerzeugung im Rechenzentrum**. Die nebenstehende Grafik gibt einen Überblick über den gesamten Energieverbrauch im Jahr 2020¹. Da dabei Strom den größten Posten darstellt, fokussieren wir uns innerhalb dieses Kapitels auch vermehrt darauf. Das Thema Wärme gerät dabei aber natürlich nicht in Vergessenheit, vielmehr ist auch dieser Posten Teil unserer Optimierungsprojekte in naher Zukunft. In der Grafik wird ersichtlich, dass der Standort Schwandorf innerhalb unserer deutschen Standorte den größten Energieverbrauch hat. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Standort der größte Produktionsstandort innerhalb unserer Organisation mit den umfangreichsten Produktionsanlagen ist. Dass unser Standort Magdeburg der kleinste Produktionsstandort ist, spiegelt sich auch im Energieverbrauch wider.

¹ Hier sind wir aufgrund Datenverfügbarkeit vom Berichtsjahr abgewichen.

Energieverbrauch innerhalb der Organisation (GRI): Strom + Wärme

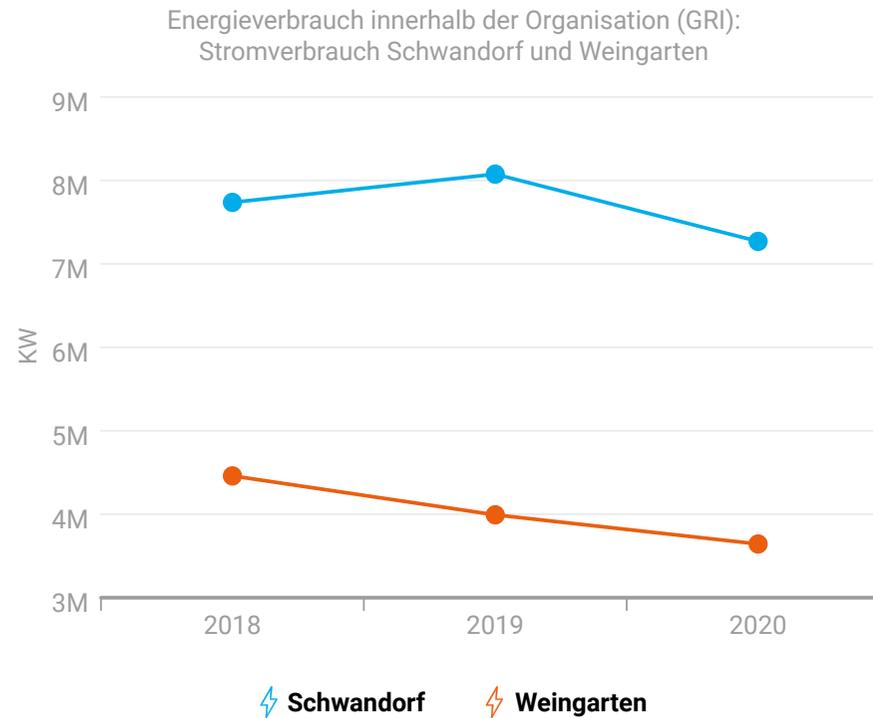


Energieverbrauch Standort Schwandorf und Weingarten

Wenn wir die beiden größten deutschen Standorte Schwandorf und Weingarten im 3-Jahres-Rückblick näher betrachten, dann ist erkennbar, dass der Stromverbrauch, trotz eines Peaks am Standort Schwandorf im Jahr 2019, zurückgegangen ist.

Durch die Investition in zwei neue Scitex-Trockner an den Finishing-Linien und die Optimierung der Lüftungsanlage im Bereich Finishing konnte der Energieverbrauch leicht reduziert werden. Dies wurde auch durch die Installation zweier neuer Kamerasysteme an unseren beiden Rotoman-Rollendruckmaschinen begünstigt, die sich positiv auf die Rüstzeiten auswirken. Zudem haben wir aufgrund effizienterer Rüstvorgänge auch den Papierbedarf um 50 Abschnitte pro Druckplatte gesenkt.

Diese Senkung der Energieverbräuche bei steigenden Produktionsmengen macht die Effizienzsteigerung deutlich, die hier stattfindet.



- 1. Unternehmen
- 2. Planet
- 3. People
- 4. Partner
- 5. Fazit & Ausblick

Verringerung des Energieverbrauchs

Intelligentes Energiemanagement ist ein großer Hebel, um Energie einzusparen und Emissionen zu reduzieren. Dies wird in den nächsten Jahren ein großes Thema sein, das wir noch strukturierter angehen wollen, um mögliche Potenziale zu heben. Entsprechende Projekte sind auf den Weg gebracht.

So wurde bereits mit Gründung eines standortübergreifenden Projektteams ein erster wichtiger Schritt getan. Das Projektteam besteht hierbei aus den jeweiligen Verantwortlichen aus den Produktionsbereichen. Das Ziel dieses Teams ist, die größten Energie-Einsparpotenziale zu ermitteln. Die Projektteammitglieder haben in ihren Bemühungen bereits die wichtigsten Anliegen evaluiert und befinden sich aktuell an der Erstellung eines Maßnahmenkatalogs, der zum größten Teil den Bereich der Produktion umfasst.

In naher Zukunft sollen an den Standorten beispielsweise Photovoltaikanlagen angebracht werden, um so einen emissionsfreien und somit umweltfreundlichen Strom zu beziehen.

Verringerung des Energieverbrauchs am Beispiel einer Umrüstung

LED-Leuchtmittel haben nicht nur eine längere Lebensdauer, sie schonen auch unsere Umwelt, da sie zu 100 % aus recyclebarem Material bestehen. Daher haben wir an unserem Standort in Weingarten 964 Leuchten auf LED-Leuchtmittel umgestellt, um zum Schutz unserer Umwelt beizutragen.

Das CO₂-Einsparpotenzial ist dabei enorm: **Pro Tag** wurden durch die Umstellung **263,20 kg CO₂** eingespart. Auf das **Berichtsjahr** betrachtet sind das bereits **57.902,93 kg CO₂**, was der Pflanzung von circa **4.560 Bäumen** entspricht.

2.4 Wasserverbrauch

Für fast alle Produktionsprozesse der Paragon ist die natürliche Ressource Wasser essenziell.

Im Jahr 2020² betrug der Wasserverbrauch bei Paragon insgesamt **100.679 m³**. Die nebenstehende Grafik stellt die Werte aufgeteilt auf die einzelnen Standorte dar. Die erhöhten Werte an den Standorten Korschenbroich und Weingarten ergeben sich aus der in der Produktion und im Lager eingesetzten Luftbefeuchtungstechnik, die eine Regulierung der Luftfeuchtigkeit ermöglicht und dadurch entstehende elektrostatische Aufladungen des Papiers verhindern soll. An den anderen Standorten wird diese Thematik technisch auf eine andere Art gehandhabt.

Unser "Health Safety Environment (HSE)"-Handbuch, diverse Aushänge an den Standorten und jährliche Unterweisungen sensibilisieren auch Mitarbeiter*innen im Hinblick auf einen sparsamen Wassereinsatz. Unsere Verpflichtung zur Schonung von Ressourcen spiegelt sich in unseren Leitsätzen im Management-Handbuch wider:

„Nur ein effizienter Einsatz aller Ressourcen auf allen Ebenen kann den Unternehmenserfolg langfristig sichern. Verschwendung und Missbrauch werden nicht hingenommen, denn dies schadet der betrieblichen Leistungsfähigkeit und betrifft somit jeden Einzelnen. Wir alle können hier einen großen Beitrag leisten.“



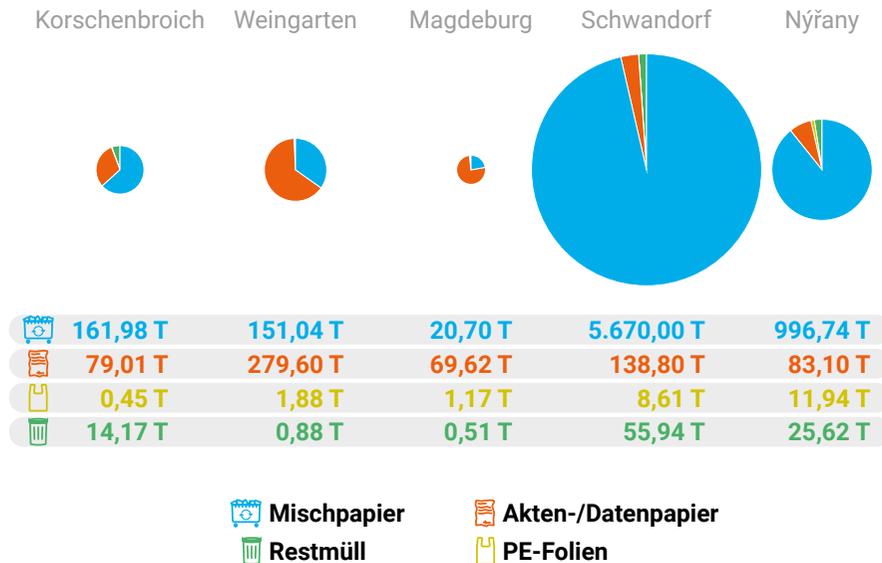
² Hier sind wir aufgrund Datenverfügbarkeit vom Berichtsjahr abgewichen.

2.5 Abfallmanagement

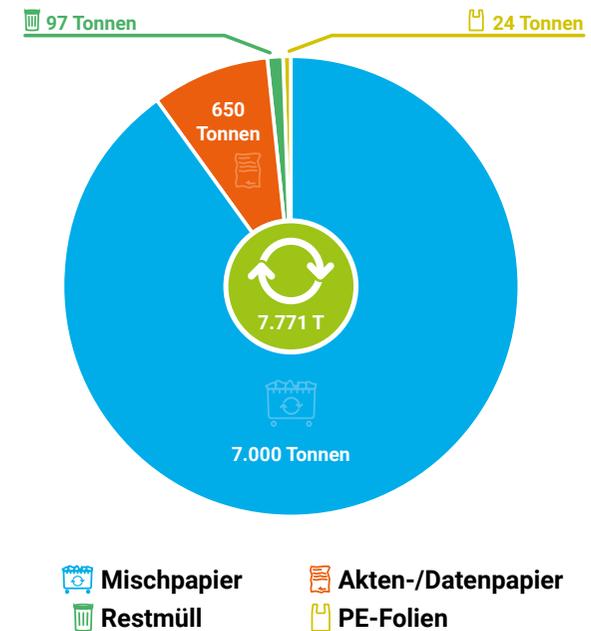
Paragon hat es sich zum Ziel gesetzt, das Abfallaufkommen zu reduzieren und Roh- und Wertstoffe wiederzuverwenden, wo immer dies möglich ist. Dafür optimieren wir ständig unsere Prozesse und suchen nach Möglichkeiten, Abfälle zu vermeiden. Die Wertstoffe, die dennoch anfallen, führen wir mit Unterstützung unserer zertifizierten Entsorgungspartner*innen der Kreislaufwirtschaft zu.

Insgesamt sind im Berichtsjahr **7.771 Tonnen Abfall** in unserer Organisation angefallen, die zu über 97 % recycelt werden. Bei der Abfallmenge sticht als größter Produktionsstandort Schwandorf besonders hervor. Dies ist dem Herstellungsverfahren im Bereich Direct Mail geschuldet, das es an den anderen Standorten so nicht gibt.

Angefallener Abfall (GRI) nach Standorten in Tonnen



Angefallener Abfall (GRI) gesamt



2.6 Green IT

Wir bei Paragon haben uns zum Ziel gesetzt, die Beschaffung und Nutzung unserer IT-Infrastruktur über den gesamten Lebenszyklus umwelt- und ressourcenschonend zu gestalten. Dazu gehört die Optimierung des Ressourcenverbrauchs während der Herstellung, des Betriebs und der Entsorgung unseres IT- und Kommunikationsequipments.

Um unsere IT-Infrastruktur immer mehr auch zu einer „Green IT“ zu machen, haben wir viele Ideen und wissen, dass dieser Bereich noch ein enormes Verbesserungspotenzial für uns bereithält. Gerade in unseren energieintensiven Bereichen der Produktion und des Rechenzentrums wollen wir mit innovativen Ansätzen, beispielsweise bei der Nutzung von Abwärme oder bei der Kühlung, nachhaltige Einsparungen erzielen. Wir haben daher ein internes Projektteam gegründet. Dieses Team soll zunächst die Optimierungspotenziale im IT-Bereich ermitteln sowie anschließend die Ziele und Maßnahmen zur Umsetzung festlegen.

Durch die Einführung größtenteils digitaler Prozesse ist das Ausdrucken interner Dokumente so weit wie möglich reduziert worden, die Anzahl an Bürodrukern wurde deutlich gesenkt.

Auch im IT-Bereich möchten wir unnötige Lieferwege vermeiden, um Umwelt und Klima zu schützen. Durch die Einführung von Direktlieferungen unserer Hardwarelieferanten zu unseren Standorten konnten Logistikprozesse optimiert werden. Ein in

der Vergangenheit etablierter Lieferweg für die Geräteeinrichtung über einen zentralen Standort in Korschenbroich wird nicht mehr genutzt. Vielmehr erfolgt die Anlieferung und Einrichtung der Geräte direkt dezentral an allen Standorten.



3. PEOPLE: MENSCHEN BEI PARAGON – GEMEINSAM ANS ZIEL

1. Unternehmen
2. Planet
3. People
4. Partners
5. Fazit & Ausblick

Innerhalb des Bereichs mit den Inhalten **Wir und unsere Beschäftigten, Diversität, Chancengleichheit, Rechte** sowie **Gesundheit und Arbeitssicherheit** leisten wir einen Beitrag zum Erreichen von SDG 3, 4 und 10, indem ...



... die Gesundheit und das Wohlergehen unserer Mitarbeiter*innen für uns die oberste Priorität hat und wir das Thema Arbeitssicherheit daher großschreiben. Zusätzlich werden unsere Mitarbeiter*innen auch am Arbeitsplatz unterstützt und dazu motiviert, etwas für ihre Gesundheit zu tun. Von Impfungen an den Standorten, Betriebsärzten bis hin zu frischen Obstkörben als Vitaminquelle.



... wir unseren Mitarbeiter*innen ermöglichen, sich weiterzubilden und weiterzuentwickeln, indem wir sie fordern und fördern. Das Lernen ist ein lebenslanger Prozess, und diesen Prozess unterstützen wir durch die Ausbildung eigener Führungskräfte, die Weiterbildung von Talenten und allen motivierten Mitarbeiter*innen.



... wir Mitarbeiter*innen jeglicher Herkunft, jeglichen Geschlechts, jeglichen Alters und anderer Unterschiede in unserem Unternehmen willkommen heißen und gleiche Perspektiven bieten. Es geht nur um das Können und das Engagement eines Menschen. Das ist unsere Überzeugung.

3.1 Beschäftigte in Zahlen

Überblick über unsere Mitarbeiter*innen

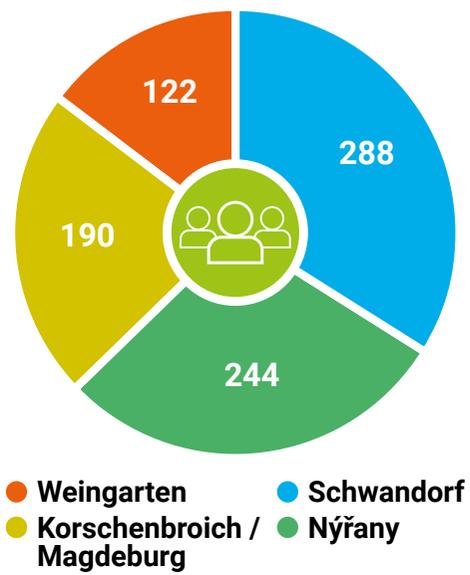
Im Rahmen dieses Nachhaltigkeitsberichts und der Darstellung unserer Beschäftigtenzahl haben wir unsere vier zentralen Paragon Gesellschaften betrachtet. Derzeit beschäftigen wir **844 Mitarbeiter*innen** innerhalb unserer Organisation. Der größte Standort von Paragon ist Schwandorf mit 288 Mitarbeiter*innen, gefolgt von Nýřany mit 244

Mitarbeiter*innen, Korschbroich mit 190 Mitarbeiter*innen und zuletzt Weingarten mit 122 Mitarbeiter*innen. Ein wichtiger Hinweis in diesem Zuge ist, dass unser Standort Magdeburg in den Zahlen der Korschbroicher Gesellschaft integriert ist – auch in den folgenden Darstellungen dieses Berichts, da beide Standorte unter der Paragon Customer

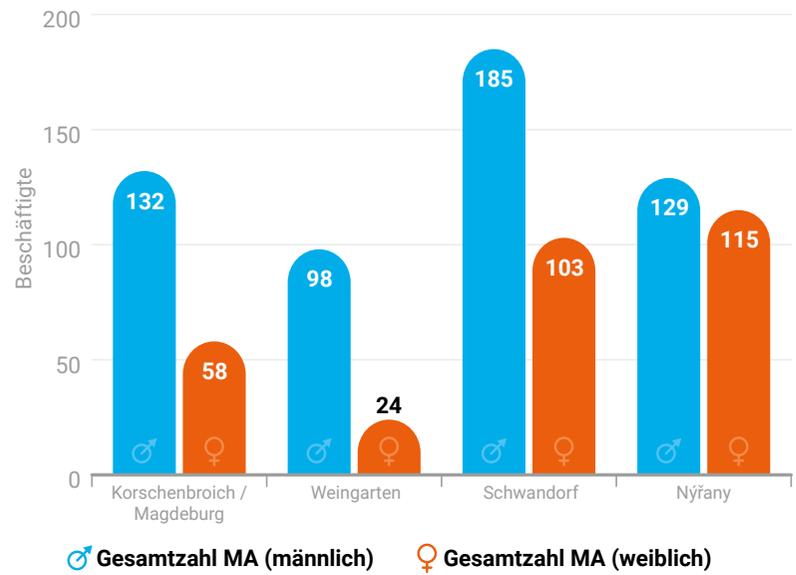
Communications GmbH organisatorisch vereint sind.

In der nachfolgenden Grafik sind die Mitarbeiter*innen in absoluten Zahlen wiedergegeben. Diese beziehen sich auf die Anzahl der Kolleg*innen, die zum Ende des Berichtszeitraums bei uns angestellt waren.

Beschäftigte pro Standort (GRI) (KERN)



Informationen zu Angestellten und sonstigen Beschäftigten (GRI) (KERN)

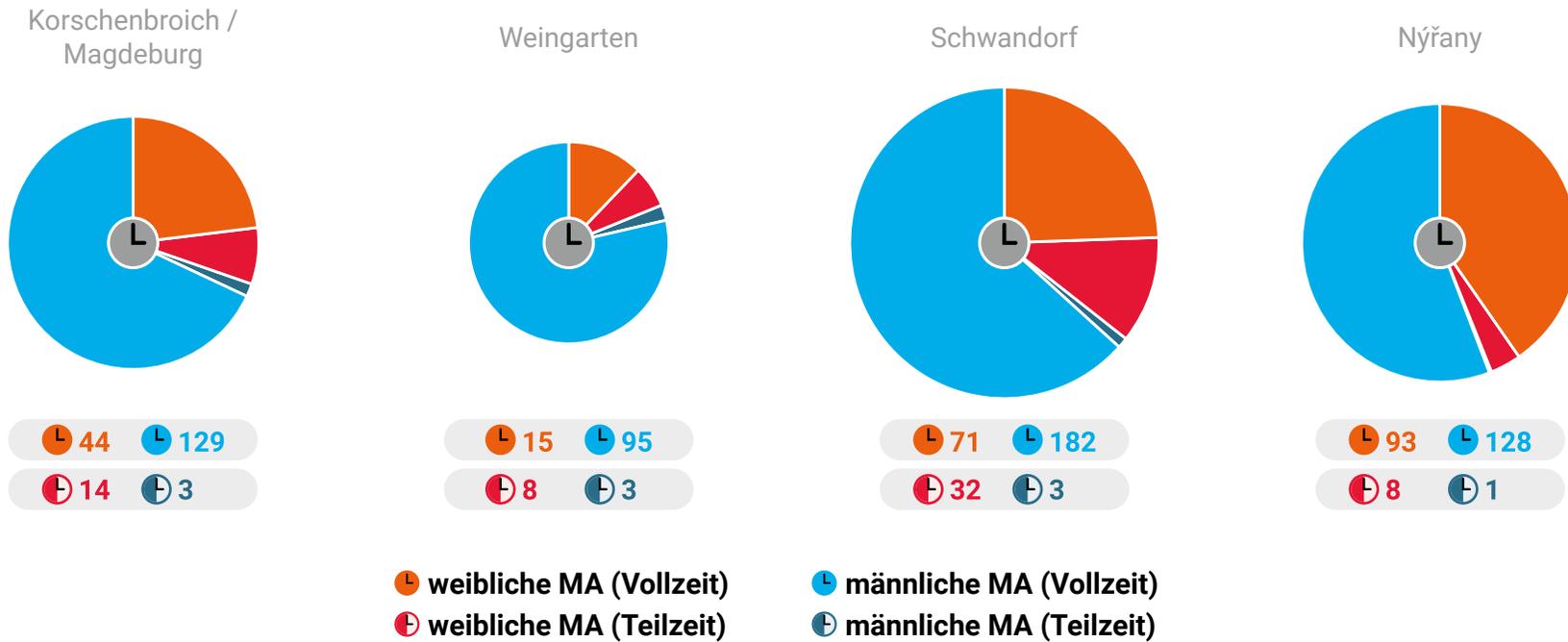


Voll- und Teilzeitbeschäftigte

Für ein besseres Verständnis unserer Beschäftigtenzahlen geben wir Ihnen gerne einen Einblick in unsere Verteilung nach Voll- und Teilzeitbeschäftigten je Standort. Diese Grafik gibt für jeden Standort die absoluten Zahlen für männliche und weibliche Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit wieder.

Im Allgemeinen lässt sich festhalten, dass bei Paragon überwiegend Mitarbeiter*innen mit einer Vollzeitbeschäftigung angestellt sind und grundsätzlich mehr Frauen als Männer einer Teilzeitbeschäftigung nachgehen.

Informationen zu Angestellten und sonstigen Beschäftigten (GRI) (KERN)



Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben

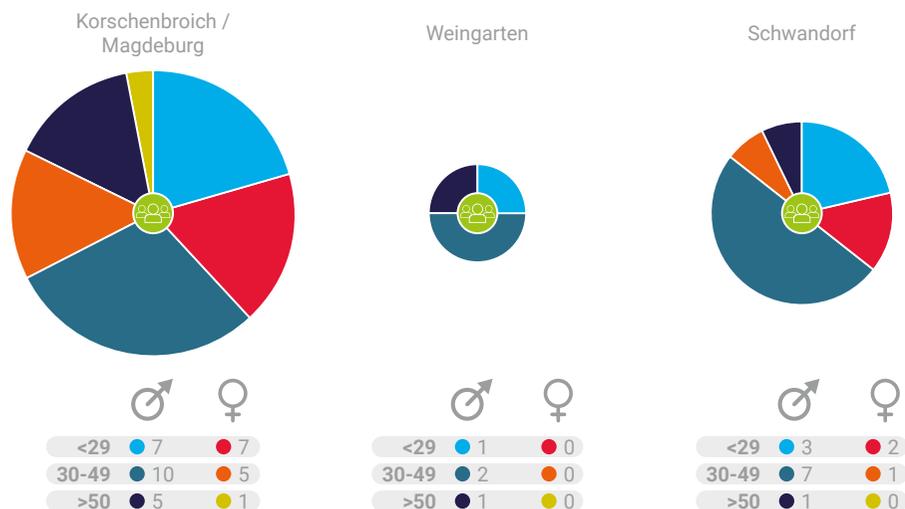
Unserer Organisation war es schon immer wichtig, die Familienfreundlichkeit zu unterstützen. So wollen wir es unseren Mitarbeiter*innen ermöglichen, dass Familie und Beruf bestmöglich vereinbar sind. Ob es eine Arbeitszeitreduzierung ist, um sich mehr auf das Privatleben zu fokussieren, oder auch eine Arbeitszeiterhöhung, weil die Person wieder mehr arbeiten möchte: Flexible Arbeitszeiten gehören bei uns dazu und es wird versucht, die Bedürfnisse des Teams bestmöglich an die betrieblichen Gegebenheiten anzupassen. Dazu gehören zum Beispiel verschiedene Teilzeit- oder Elternzeitmodelle, die die Führungskraft mit den Mitarbeitenden individuell abstimmen kann. Selbstverständlich ist uns als Unternehmen auch bewusst, dass sich diese Flexibilität im gewerblichen Bereich aufgrund des Schichtbetriebes etwas schwieriger gestalten lässt. Aber auch hier sind wir immer darauf aus, Lösungen zu finden.

Im nächsten Geschäftsjahr wollen wir unsere Aktivitäten weiter ausbauen und beispielsweise auch eine Zertifizierung als familienfreundliches Unternehmen erlangen.

Unser Zuwachs

Ein Geheimnis ist es nicht – auch wir sind im stetigen Wachstum und freuen uns über jedes neue Teammitglied, das uns bereichert. Dabei ist es uns völlig gleichgültig, welcher Altersklasse oder welchem Geschlecht diese Person zugehörig ist. Im Nachfolgenden sehen Sie eine Übersicht über die neu eingetretenen Mitarbeiter*innen innerhalb des Berichtszeitraums. Es ist erkennbar, dass fast jede Altersgruppe an jedem unserer Standorte vertreten ist – darauf sind wir sehr stolz.

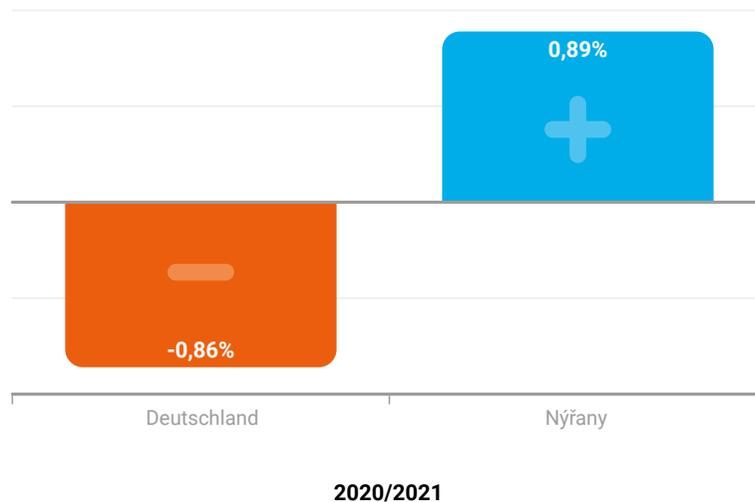
Anzahl neue Beschäftigte nach Alter und Geschlecht



Fluktuation

Neben der Übersicht der neu eingetretenen Mitarbeiter*innen dürfen wir selbstverständlich auch nicht unsere ausgetretenen Mitarbeiter*innen außer Acht lassen, daher ist die Fluktuation für uns eine wichtige personalwirtschaftliche Kennzahl.

Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation (GRI)



Die nebenstehende Grafik gibt einen Überblick über die Fluktuationsquote innerhalb der gesamten deutschen Gesellschaften sowie der tschechischen Gesellschaft in Nýřany. Während wir in Nýřany eine durchgängig positive Fluktuation verzeichnen können, hatten wir in Deutschland aufgrund notwendiger Restrukturierungen mehr Ab- als Zugänge. Im Rahmen eines Restrukturierungsprogramms sind in Schwandorf einige Arbeitsplätze im Bereich Manuelle Konfektionierung weggefallen. Die betroffenen Mitarbeiter*innen wurden an anderen Stellen eingesetzt oder über einen mit dem Betriebsrat erarbeiteten Sozialplan abgebaut. In Korschenbroich hingegen ist die Zahl der Beschäftigten gewachsen.

Insgesamt liegt unsere Fluktuationsquote im positiven Bereich, und daran wollen wir auch zukünftig festhalten. Wir suchten und suchen in vielen Bereichen neue Kolleg*innen – siehe dazu auch das nächste Kapitel.

3.2 Wir und unsere Beschäftigten

Employer Branding

Viele Unternehmen leiden aktuell unter dem Fachkräftemangel – so sind auch wir als Paragon davon betroffen. Wir haben erkannt, dass es für uns eine elementare Aufgabe ist, dass wir uns als Unternehmen neu positionieren und eine attraktive Arbeitgebermarke aufbauen müssen, um neue Mitarbeiter*innen für uns zu gewinnen. Dabei fokussieren wir uns auf diverse Aspekte, wie die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter*innen, die Positionierung am Markt und die Hervorhebung und Ausarbeitung unserer Benefits.

Wir sind in diesem Bereich bereits sehr aktiv, vielleicht kommunizieren wir das aber einfach nicht klar und deutlich. Oder wussten Sie das alles schon?

Aus- und Weiterbildung bei Paragon

Die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter*innen liegt uns sehr am Herzen – unabhängig vom Bereich.

Wir führen regelmäßig interne Schulungen durch, die notwendig und für alle Mitarbeiter*innen verpflichtend sind. Die Themen umfassen:

- Informationssicherheit
- Qualitätsschulung
- Brandschutzschulung
- Datenschutzschulung
- Betrieblicher Umweltschutz
- Allgemeine Sicherheitsunterweisung
- Umgang mit betrieblichen Systemen (z. B. SAGE)

Auch externe Schulungen sind in vielen Arbeitsbereichen von hoher Wichtigkeit. Die Arbeitswelt entwickelt sich kontinuierlich weiter, sodass wir hier auch als Unternehmen aktiv sind und unsere Mitarbeiter*innen mit solchen Schulungen unterstützen, sofern diese von betrieblichem Interesse sind. Damit sorgen wir dafür, dass unsere Mitarbeiter*innen stets auf dem neuesten Stand sind und sich beruflich wie auch persönlich weiterentwickeln.

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wurde auch unserer Organisation die Aus- und Weiterbildung zunächst erschwert. Aufgrund der Corona-Pandemie spielte sich vieles nur virtuell ab, so auch diverse Schulungen.

Das spiegeln auch die Weiterbildungsstunden wider, die insgesamt unter dem Schnitt der letzten Jahre liegen.



Wir hoffen darauf, dass wir im nächsten Geschäftsjahr wieder intern und extern verstärkt „persönlich“ schulen können, und haben die Anzahl der Schulungsstunden inzwischen als Reportinggröße implementiert.

Auszubildende

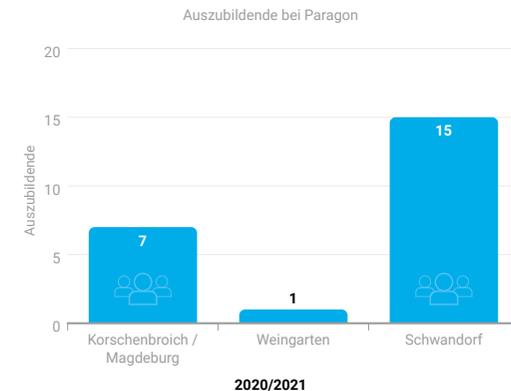
Großen Wert legen wir auf unsere Auszubildenden. Es ist uns wichtig, dass wir die jungen Talente selbstständig und auf einem hohen Niveau ausbilden und als Arbeitskräfte langfristig für uns gewinnen. Aufgrund des Fachkräftemangels am Arbeitsmarkt sehen wir als Unternehmen Ausbildung als eine große Chance, diese Lücke bestmöglich schließen zu können.

In Deutschland haben wir eine zentrale Ansprechpartnerin, die sich um die Azubi-Betreuung kümmert. Hierzu gehören Aufgaben wie die Organisation und Kommunikation mit der Industrie- und Handelskammer (IHK), regelmäßige Gespräche oder die Betreuung von diversen Projektarbeiten und Workshops.

Aktuell bilden wir in Deutschland – primär in Schwandorf und Korschenbroich – in folgenden Berufen aus:

- Industriekaufmann (m/w/d)
- Fremdsprachenindustrialkaufmann (m/w/d)
- Eurokaufmann (m/w/d)
- Kaufmann für Büromanagement (m/w/d)
- Mechatroniker (m/w/d)
- Medientechnologe Digital-/Rollendruck (m/w/d)
- Medientechnologe Druckverarbeitung (m/w/d)
- Medientechnologe Druck (m/w/d)
- Medienkaufmann Digital und Print (m/w/d)
- Mediengestalter Digital-/Printmedien (m/w/d)
- Maschinen- und Anlagenführer (m/w/d)
- Elektroniker (m/w/d)
- Fachkraft für Lagerlogistik (m/w/d)
- Fachinformatiker für Systemintegration (m/w/d)
- Fachinformatiker für Anwendungs-entwicklung (m/w/d)
- Kaufmann für Digitalisierungsmanagement (m/w/d)

Insgesamt haben wir 23 Auszubildende an unseren Standorten Schwandorf, Weingarten und Korschenbroich. Dass Schwandorf unser größter Standort ist, spiegelt sich auch in der Auszubildendenzahl wider.



Nach der Ausbildung

Nach der Ausbildung ist vor der beruflichen Weiterentwicklung – auch bei Paragon. Oftmals ist das Ende der Ausbildung eines Auszubildenden nicht die Prüfung selbst. Viele suchen auch danach noch weitere berufliche Entwicklungsmöglichkeiten – ob Studium oder eine Zusatzqualifikation. Wir freuen uns über motivierte und zielstrebige Mitarbeiter*innen, die diesen Weg einschlagen möchten, und unterstützen dabei gerne. In Zusammenarbeit mit Mitarbeiter*in und Führungskraft versuchen wir immer die individuell bestmögliche Lösung zu finden, um die weitere Ausbildung oder Zusatzqualifikation finanziell und zeitlich zu ermöglichen.

Young Paragon

Als Teil der internen Weiterbildung wurde im Berichtszeitraum das Programm „Young Paragon“ ins Leben gerufen. Hierbei handelt es sich um ein internes Entwicklungsprogramm für junge Mitarbeiter*innen, die sich in der ersten oder zweiten Karrierestufe befinden. Im Rahmen dieses Programms wird europaweit in Zusammenarbeit mit jungen Talenten der anderen Paragon Länder wie dem Vereinigten Königreich, Frankreich, den Niederlanden und Belgien an verschiedenen strategischen Themen und Herausforderungen gearbeitet. Die „Young Paragons“ fokussieren sich auf bestehende Probleme und die Ausarbeitung von Lösungen oder entwickeln neue Konzepte, die im Anschluss dem Management präsentiert werden. Eine Initiative beinhaltete die Aufgabe, die aktuellsten Maßnahmen im Hinblick auf das Thema Nachhaltigkeit innerhalb der Paragon Gruppe zu vergleichen und Vorschläge für eine standort- sowie länderübergreifende gemeinsame Initiative zu unterbreiten. Wir können sagen, dass diese Gruppe mit ihrer erfolgreichen Arbeit zu einigen nachhaltigen Initiativen von Paragon maßgeblich beigetragen hat – auch als Ausgangspunkt zur Gründung der übergreifenden internationalen „Sustainability Group“.

ELDP – European Leadership Development Programme

Für die Führungskräfte bei Paragon wurde das ELDP – European Leadership Development Programme – ins Leben gerufen. Auch bei diesem Programm liegt ein Fokus auf der internationalen Zusammenarbeit und dem Aufbau eines Netzwerks innerhalb der europäischen Gesellschaften. In kleinen gemischten Gruppen wird man von einem Mentor begleitet, der einer der CEOs der einzelnen Gesellschaften ist. So wird hierbei viel Wert auf die Prüfung und Verbesserung der Führungskompetenzen sowie die Selbsteinschätzung und Selbstreflexion der teilnehmenden Führungskraft gelegt.

Mitarbeiter-App „my Paragon“

Wir haben im Berichtsjahr entschieden, eine Mitarbeiter-App ins Leben zu rufen, um alle Paragon Mitarbeiter*innen auch digital zu vernetzen. Hier wird auf kurzem Weg über Neuigkeiten in den verschiedenen Abteilungen informiert, und gleichzeitig haben alle die Möglichkeit, untereinander in vielfältigster Weise zu kommunizieren – über Hierarchien, Standorte und Abteilungen hinweg. Gerade in Corona-Zeiten bietet das einen großen Mehrwert.

Weitere Benefits

Unsere Mitarbeiter*innen sind unsere wichtigste Ressource, daher liegt uns ihre Zufriedenheit und ihr Wohl besonders am Herzen. Wir möchten dazu beitragen, indem wir als Arbeitgeber zahlreiche Benefits anbieten:

- Kampagne „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“
- Mitarbeitergutscheinkarte
- Mentoring-Programme zur Mitarbeiterentwicklung
- Weitere Möglichkeiten zur Mitarbeiterentwicklung
 - Betriebsvereinbarung zu Weiterbildungsmaßnahmen
 - Interner Schulungskatalog mit vielseitigem Weiterbildungsangebot
 - Interne Aufstiegschancen
- Homeoffice-Möglichkeiten: Eine einheitliche Konzern-Betriebsvereinbarung wird bald veröffentlicht
- JobRad: Einführung für Frühjahr/Sommer 2022 geplant
- Betriebliche Altersvorsorge
- Gesundheitsmanagement und Arbeitssicherheit
- Arbeitskleidung und Equipment
- Betriebliches Vorschlagswesen

Unternehmenskultur bei Paragon – was macht uns eigentlich aus?

Darauf gibt es eine einfache Antwort: die Mitarbeiter*innen. Trotz der vielen Zukäufe und der damit einhergehenden verschiedenen Unternehmenskulturen können wir sagen, dass wir auf dem guten Weg einer einheitlichen Unternehmenskultur sind und auch standortübergreifend als Team zusammenwachsen. Wir sind geprägt durch flache Hierarchien, die das tägliche Arbeiten erleichtern. Unsere bis in die oberste Management-Ebene gelebte Duz-Kultur fördert das positive Betriebsklima und das Zusammenarbeiten auf Augenhöhe. Unabhängig von Position oder Arbeitslast sind wir immer füreinander da, unterstützen uns gegenseitig und arbeiten stets in einem sehr vertrauensvollen Verhältnis miteinander.

Für uns gilt es weiterhin als Ziel, dass wir dieses positive Zusammengehörigkeitsgefühl nicht nur beibehalten, sondern auch vertiefen. So können wir zukünftig weiterhin mit voller und positiver Energie zum Erfolg von Paragon beitragen.

Modernes Arbeiten bei Paragon

Auch wir möchten uns den Veränderungen im Hinblick auf modernes Arbeiten anpassen. New Work, Desk Sharing sowie fluide und virtuelle Teams, das sind alles wichtige Faktoren.

New Work – Durch das Wachstum der Paragon Gruppe und die damit verbundene Akquise neuer Standorte wurde auch das übergreifende Arbeiten, das zusätzlich durch die Digitalisierung vereinfacht wurde, zunehmend bedeutsamer. Damit geht auch einher, dass sich die Anforderungen und Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen verändern. Im neuen Geschäftsjahr wird es eine neue Konzernbetriebsvereinbarung zum Thema alternierende Tele(heim)arbeit und mobiles Arbeiten geben. Damit reagieren wir auf die neue Art und Weise des modernen Arbeitens und ermöglichen dort, wo es umsetzbar ist, eine flexiblere Gestaltung der Arbeitsweise.

Desk Sharing – In einigen Bereichen gibt es bereits keine festen Arbeitsplätze mehr. Die Mitarbeiter*innen setzen sich an einen Schreibtisch, der gerade an dem Tag frei ist. Durch die Möglichkeiten des flexiblen Arbeitens gewinnt auch das Desk Sharing in unserer Organisation zunehmend an Bedeutung.

Fluide und virtuelle Teams – Aufgrund der räumlichen Distanzen unserer Standorte gibt es mehr und mehr virtuelle Teams. So kommen die unterschiedlichsten Menschen miteinander in Kontakt. Die Teammitglieder kennen sich dabei oft nicht persönlich – sie sind virtuell miteinander vernetzt und arbeiten ortsunabhängig, verstärkt auch international. Diese Art und Weise der Zusammenarbeit fördert die Lernbereitschaft und Handlungskompetenzen sowie die Einsatzmöglichkeiten und Innovationskraft innerhalb der Paragon Gruppe.

Auch agile Arbeitsmethoden gehören dazu, diese haben wir im Kapitel Arbeitsprozesse beschrieben.

3.3 Reduzierung von Ungleichheiten

Diversität und Chancengleichheit

„Wir schätzen die Vielfalt der Menschen, deren Ideen und Meinungen“, so ist es in unseren Werten definiert. Im Rahmen dieses ersten Nachhaltigkeitsberichts haben wir uns dazu verschiedene Themen und Kennzahlen angesehen. Wir stellen fest: Wir haben eine bunte Kultur, sind aber bei vielen Themen noch am Anfang. Das haben wir erkannt. Wir werden im nächsten Jahr die Zeit nutzen, das Buzzword Diversität und Chancengleichheit mit konkreten Inhalten zu füllen. Mit Aktivitäten, Erhebungen und auch Kennzahlen, an denen wir messen können, wie es vorangeht. Zeitgleich sind wir dabei, neue Führungsleitlinien zu erarbeiten. Hier ein Auszug daraus:

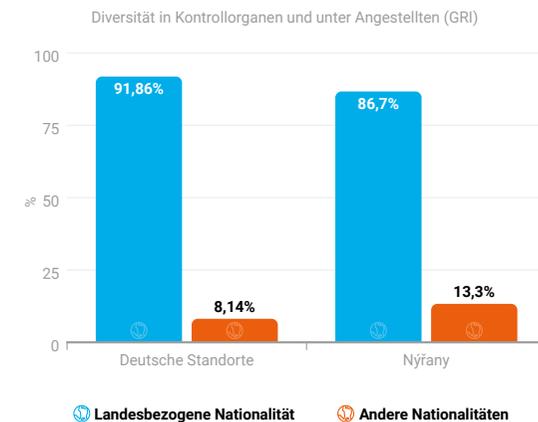
NACHHALTIGKEIT & DIVERSITÄT

- Wir schätzen die Vielfältigkeit der Menschen, deren Ideen und Meinungen
- Wir lassen Diskriminierung nicht zu
- Wir optimieren unsere Prozesse, um Ressourcen zu sparen
- Wir nehmen unsere soziale Verantwortung ernst
- Wir setzen uns konsequent für den Schutz von Umwelt und Klima ein
- Wir bleiben fokussiert auf unsere Vision und treiben die Arbeit daran aktiv voran
- Wir entwickeln die Kompetenzen unserer Mitarbeitenden, um die Zukunftsfähigkeit von uns allen zu sichern
- Wir wenden diese Führungsleitlinien konsequent an und scheuen dabei keinen Konflikt

Divers heißt für uns: Unabhängig von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, Geschlecht, Religion/Weltanschauung und sexueller Identität des Mitarbeitenden bieten wir allen dieselben Chancen innerhalb des Unternehmens. Nachstehend ein Überblick über unsere ersten Erhebungen.

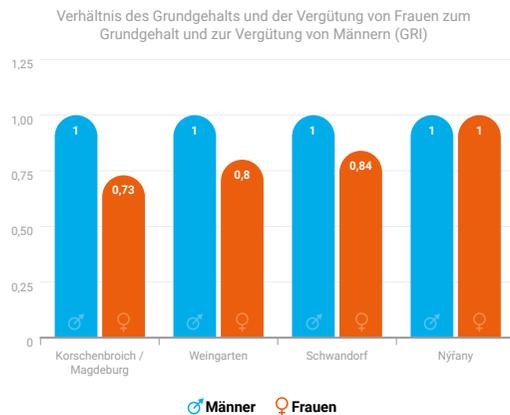
Nationalität

Zum Ende des Berichtszeitraums sind in den deutschen Gesellschaften insgesamt 8,14 % Mitarbeiter*innen beschäftigt, die einer anderen Nationalität als „deutsch“ angehörig sind. Daneben liegt die Zahl in Nyírány bei 13,3 %.



Gender Pay Gap

Die nachfolgende Grafik zeigt die Unterschiede der Vergütung zwischen Männern und Frauen und die Unterschiede, die es hier an den verschiedenen Standorten gibt.

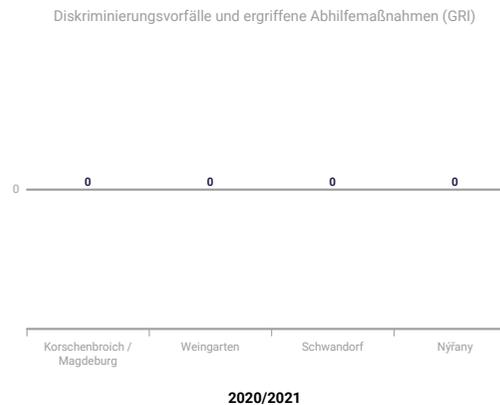


Woher kommen diese großen Unterschiede? Wir wissen zum Beispiel, dass auf höheren Führungsebenen mehr Männer zu finden sind als Frauen.

Was heißt das für uns? Die oben dargestellten Daten sind nur bedingt aussagekräftig, weil daraus nicht hervorgeht, ob diese Diskrepanz auch innerhalb der gleichen Tätigkeit besteht. Dieses ist zu analysieren, und wir werden uns hier noch einiges vornehmen.

Nichtdiskriminierung

Für das Geschäftsjahr 2020/2021 sind weder bei den deutschen Paragon Gesellschaften noch bei der tschechischen Gesellschaft Diskriminierungsvorfälle bekannt.

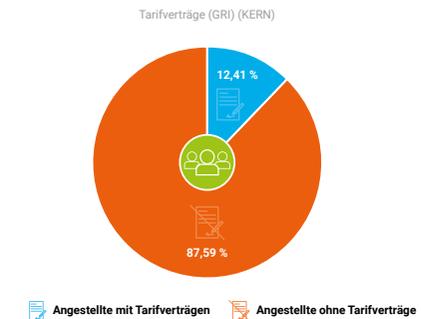


Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen

Am Standort in Weingarten fanden während des Berichtszeitraums keine Tarifverhandlungen statt. Darüber hinaus sind keine Fälle bekannt, in denen Tarifverhandlungen verletzt oder bedroht wurden.

Tarifvertrag und Betriebsrat

Paragon ist aufgrund einiger Zukäufe in den letzten Jahren stetig gewachsen. Jeder Zukauf brachte auch individuelle Vereinbarungen mit sich, die teils aus der vorherigen Gesellschaftszugehörigkeit mit übernommen werden mussten. Unter anderem gibt es in unserer Organisation eine gewisse Anzahl an Mitarbeiter*innen, die einem Tarifvertrag unterliegen. Dies betrifft die Mitarbeiter*innen des Standorts Weingarten, dort ist beim Zukauf der Haustarifvertrag bestehen geblieben. In Summe unterliegen in der Folge 12,41 % aller Mitarbeiter*innen einem Tarifvertrag. Unsere Organisation hat an allen deutschen Standorten einen aktiven Betriebsrat. Darüber hinaus gibt es einen Gesamtbetriebsrat für die Standorte Korschbroich und Magdeburg sowie einen im Berichtsjahr gewählten Konzernbetriebsrat für alle deutschen Gesellschaften.



Aktivitäten zur Förderung der Diversität

Girls'Day:

Am Standort Schwandorf wird einmal im Jahr ein „Girls'Day“ veranstaltet, bei dem Ausbildungsberufe, die statistisch gesehen meistens von Männern besetzt werden, speziell den Frauen der Gesellschaft nähergebracht werden. Dieser Tag hat in den letzten Jahren hohe Anerkennung gewonnen.

Chancengleichheit zeigen:

Wie zuvor bereits aufgegriffen, ist uns die Einbindung aller Nationalitäten in die Belegschaft wichtig. Insbesondere im gewerblichen Bereich ist der Anteil der ausländischen Mitarbeiter*innen hoch und auch im Bereich der Verwaltung nimmt der Anteil stetig zu. In diesem Zusammenhang bieten wir eine Ausbildung für Geflüchtete im Rahmen eines speziellen Programms im Unternehmen und auch in Kooperation mit den Agenturen an. Unser Standort Schwandorf war hier das erste Unternehmen im Landkreis, das seinerzeit zehn geflüchtete Menschen eingestellt und begleitet hat.

Am Standort Korschbroich haben wir drei Geflüchtete als Kollegen gewonnen, die wir in diesem Kontext hervorheben möchten. Durch die gute Arbeitsleistung und die erfolgreiche Integration in die Belegschaft konnten wir diese Mitarbeiter intern weiterbilden – vom Produktionshelfer zum qualifizierten Kuvertieroperator. Das ein Beispiel für erfolgreiche Integration und gelebte Chancengleichheit, die wir weiterhin aktiv unterstützen werden.

Reduzierung des Pay Gaps insgesamt:

Um die Spreizung in der Bezahlung unserer Mitarbeiter*innen insgesamt zu reduzieren, haben wir aktiv daran gearbeitet, dass Lohn- und Gehaltserhöhungen nicht per Gießkanne prozentual aufs jeweilige Gehaltsniveau vorgenommen werden. Wir haben aktiv dafür Sorge getragen, dass Mitarbeiter*innen in niedrigen Vergütungsgruppen eine prozentual höhere Gehaltsanpassung erhielten.



3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen hat innerhalb unserer Organisation höchste Priorität und muss daher erhalten und gefördert werden. Deshalb müssen wir potenzielle Risiken minimieren und alle Formen von Sicherheit gewährleisten. Nicht nur, weil das Thema Arbeitssicherheit im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse als wichtiges Thema identifiziert wurde, sondern auch, weil ein weiteres großes Ziel die Erhöhung der Kundenzufriedenheit durch Vermeidung von Unfällen unter Einhaltung von hohen Standards in den Bereichen Arbeitssicherheit, Gesundheitsvorsorge und Umweltschutz ist.

Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie ist deutlich geworden, wie wichtig ein nachhaltiges Gesundheits- sowie Arbeitssicherheitsmanagement und entsprechend unmittelbare Sicherheitsmaßnahmen sind. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und möchten als Arbeitgeber unseren Beitrag dazu leisten, indem wir unseren Mitarbeiter*innen ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld ermöglichen. Das Ganze mit Unterstützung durch interne Prüfprozesse, die kontinuierlich durchgeführt werden.

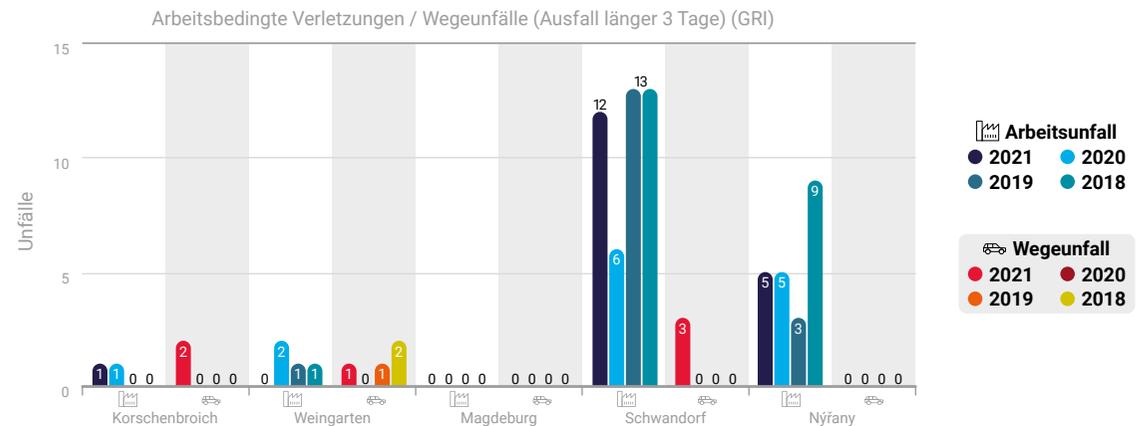
Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen

Das Management von Paragon ist dazu verpflichtet, gesetzliche Vorschriften und alle relevanten Rechts- und Industrienormen einzuhalten, die ein Grundgerüst für die Themen Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz bilden.

Die Geschäftsprozesse innerhalb unserer Organisation werden mit Hilfe einer Gefährdungsbeurteilung bewertet, die verpflichtend protokolliert ist. Auch ist die Gefährdungsbeurteilung jederzeit abrufbar. Um die Gefahren, potenzielle Risiken oder Vorfälle innerhalb unserer Organisation zu bewerten, findet alle 3 Monate eine Arbeitsschutzausschuss(ASA)-Sitzung statt, um potenzielle Risiken zu erkennen sowie zu minimieren.

Arbeitsbedingte Verletzungen

Im Berichtsjahr sowie in den Jahren zuvor gab es bei uns glücklicherweise keine Verletzungen mit Todesfolge, daher gibt es in der untenstehenden Übersicht auch keinerlei Daten hierzu. Insgesamt **18 Mitarbeiter*innen** hatten im Berichtsjahr einen **Arbeitsunfall** und **6 Mitarbeiter*innen** einen **Wegeunfall**.



Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation, Kommunikation und Corona-Pandemie-Maßnahmen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Um unsere Mitarbeiter*innen möglichst gut durch die Corona-Pandemie zu bringen, haben wir auch trotz einer zu dem Zeitpunkt vorherrschenden Impfstoff-Knappheit Impftermine ermöglichen können und haben an den Standorten erfolgreich **Erst- und Zweitimpfungen** durchgeführt. Dieses Angebot wurde von unseren Mitarbeiter*innen sehr gut angenommen.

Zum Schutz unserer Mitarbeiter*innen haben wir auch umgehend **umfangreiche Hygienemaßnahmen** in die Wege geleitet. So sind an allen Standorten Desinfektionsmittelpender an allen Ein- und Ausgängen zu finden und alle Mitarbeiter*innen sind dazu angehalten, durch uns vorgegebene Hygienevorschriften einzuhalten, um den Schutz aller Mitarbeiter*innen zu gewährleisten.

Um die Ansteckungsgefahr zu minimieren, haben wir das Prinzip einer **„kontaktlosen Schichtübergabe“** in der Produktion eingeführt, bei dem unsere Mitarbeiter*innen ihre jeweiligen Schichten 10 Minuten früher beenden,

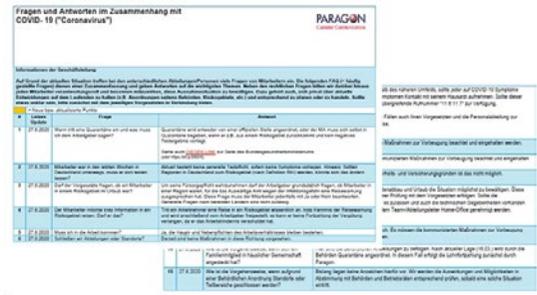
damit hier kein „Aufeinandertreffen“ erfolgt. Im Verwaltungsbereich haben wir auch umgehend reagiert und – dort, wo es die Tätigkeit zulässt – unseren Mitarbeiter*innen die Möglichkeit für die Ausführung ihrer Tätigkeiten im **Homeoffice** gegeben.

Außerdem haben unsere Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, **Schnelltests** im Unternehmen unter Aufsicht durchzuführen. Wir verfügen über eigens hierfür geschulte Mitarbeiter*innen. Die Schnelltests können daher beim Vorgesetzten oder bei Empfangs- oder Werkschutzmitarbeiter*innen durchgeführt werden.

Zusätzlich haben wir ein spezielles **Pandemiehandbuch als Leitfaden für unsere Mitarbeiter*innen** auf den Weg gebracht.

Es findet außerdem regelmäßig ein **Versand von Teaminformationen** hinsichtlich der Pandemie durch das Management statt, um stets transparent zu kommunizieren. So haben wir einen Fragenkatalog mit den wichtigsten Fragen und Antworten erstellt, der laufend aktualisiert wird.

Um entsprechend rechtzeitig Maßnahmen anzupassen oder umzusetzen, findet in unserer Organisation ein **14-tägiges Treffen** mit allen Führungskräften sowie Fachkräften für Arbeitssicherheit statt. Bei diesem Termin wird die aktuelle Lage betrachtet und die Ergreifung eventueller Schutzmaßnahmen abgestimmt. Eine Anpassung des Intervalls orientiert sich immer an der aktuellen Corona-Lage – so fand dieses Treffen zu Beginn der Pandemie täglich statt.



Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Einmal jährlich müssen unsere Mitarbeiter*innen verpflichtend eine Schulung zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz durchführen. Hierfür verwenden wir ein eigenes Schulungstool und laden per E-Mail alle Mitarbeiter*innen dazu ein. Die Schulung ist kostenfrei und das Teammitglied kann diese während der Arbeitszeit durchführen. Auch erfolgt eine Fristsetzung, bis zu welchem Zeitpunkt die Schulung durchgeführt werden muss, ansonsten wird mit Hilfe des Tools ein Reminder verschickt und eine angemessene Nachfrist gesetzt. Das Tool hält die Anzahl der Teilnehmenden fest und nach erfolgreichem Abschluss der Schulung kann der Schulungsnachweis bequem heruntergeladen werden.

An allen Standorten sind zudem die gesetzlich geforderten Brandschutz- und Evakuierungshelfer*innen sowie Ersthelfer*innen vorhanden. Die Brandschutzshelfer*innen und Ersthelfer*innen werden durch zertifizierte Anbieter, in Inhouse-Schulungen oder dezentral, ausgebildet. Zu der Ausbildung zählt auch eine praktische Ausbildung mit Übungen, damit das theoretisch erworbene Wissen praktisch verinnerlicht werden kann.

Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen

Innerhalb unserer Organisation werden verschiedenste Projekte und Aktionen durchgeführt, um ein gesundheitsbewusstes Verhalten der Mitarbeiter*innen zu fördern, z. B.:

- Ein*e dedizierte*r Betriebsarzt/Betriebsärztin an jedem unserer Standorte
- Impftermine gegen Corona und die Grippe durch unsere Betriebsärztinnen und -ärzte
- Obstkisten für unsere Mitarbeiter*innen, angeliefert von lokal ansässigen Anbietern
- Einführung des JobRads, geplant im Frühjahr/Sommer 2022
- Gut ausgestattete Sozialräume für gemeinsame Mahlzeiten und Aufenthalte
- Ein Ruheraum mit einer Liege zur Entspannung in der Pausenzeit und auch für Betreuungen
- Sitzgelegenheiten im Außenbereich für gemeinsame Pausen und einen gemeinsamen Austausch an der „frischen Luft“
- Ausstattung aller Ein- und Ausgänge mit Hygieneartikeln wie z. B. Desinfektionsspendern



4. PARTNERS: NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN – GEMEINSAM

- 1. Unternehmen
- 2. Planet
- 3. People
- 4. Partners
- 5. Fazit & Ausblick



In unseren strategischen Kernthemen **Kundenorientierung, nachhaltige Optimierungen, Compliance** sowie **Beschaffung und Lieferketten** leisten wir einen Beitrag zum Erreichen von SDG 8 und 17, indem ...



... die Einhaltung von Menschenrechten für uns eine Selbstverständlichkeit ist, die nicht in Frage gestellt werden darf. Nur so können wir als Organisation erfolgreich und ethisch wirtschaften.



... wir gemeinschaftlich mit unseren Mitarbeiter*innen, Partnern und Kunden unsere Prozesse immer nachhaltiger gestalten, damit alle profitieren. Für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ist es notwendig, offen für Neues zu sein – das sind wir auf jeden Fall!

4.1 Kundenorientierung

Kunden im Fokus bei Paragon

Vielfältige Herausforderungen in den Märkten treiben uns an, Lösungen zu entwickeln und anzubieten, die einen nachhaltigen Mehrwert bieten und eine langfristige Zusammenarbeit sicherstellen. Ein Highlight, das wir besonders hervorheben möchten: Die **durchschnittliche Zusammenarbeit** mit unseren Kunden beträgt **15 Jahre!**

Als international marktführender Dienstleister optimieren wir die transaktionale und werbliche Kommunikation unserer Kunden. Physisch und digital. Wir treiben aktiv die digitale Transformation der Kommunikation unserer Kunden. Wir schaffen eine verbesserte Customer Experience und sorgen für Kundenloyalität, auch weil wir eng die größten Kundenbindungsprogramme in Europa begleiten.

Wir erbringen für unsere Kunden geschäftskritische Prozesse als Dienstleistung. Das bedeutet, wir werden ein Teil von ihnen und wollen wie ihre besten Mitarbeiter*innen agieren.

Unsere kulturellen Werte leben wir in einer schlanken, inhabergeführten Organisation mit hoher Selbstverantwortung unserer Mitarbeiter*innen.

Wir fokussieren uns für unsere Kunden auf exzellente Prozesse in Projekten, der Produktion und unserem Service. Dies ist die operative Grundlage der an uns ausgelagerten Tätigkeiten. Da die Verarbeitung sensibler Daten immer die Basis ist, spielt bereits aus diesem Grund der Bereich **Compliance** auch bei uns eine zentrale Rolle.

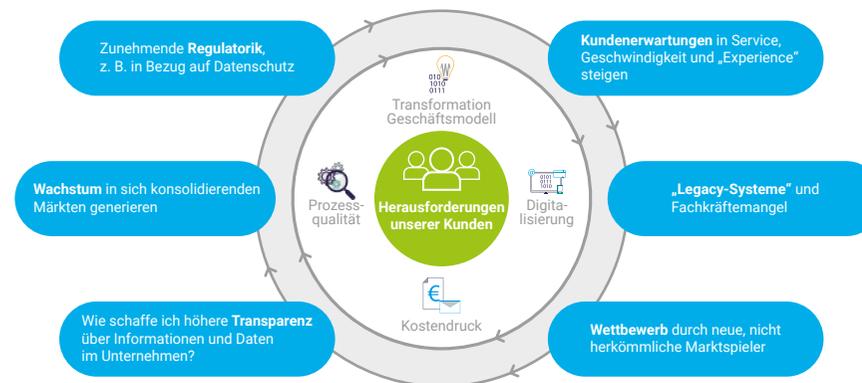
Das betrifft alle Disziplinen: von Datenschutz über IT-Security, Qualitätsmanagement bis hin zu ökologischen Nachhaltigkeitsthemen.

Die Skalierbarkeit unserer Produktionsumgebungen und das Wachstum der Paragon Gruppe um rund 1 Milliarde Euro in den letzten fünf Jahren zeigen unsere Fähigkeit, kompetitiven Anforderungen auch in Zukunft gerecht zu werden. Wir investieren intensiv in unsere Produktions- und Service-Umgebungen, um unsere Kunden bei ihren Aufgaben zu entlasten. Dies auch im engen Schulterschluss mit der internationalen Paragon Organisation in mehr als 20 Ländern.

Um unsere Kunden eng zu begleiten, steht eine Sales-Organisation mit verschiedenen Spezialisierungen zur Verfügung. Das **Key Account Management** betreut unsere Kunden mit einer

kompetenten Lösungsfindung und vereinbart die kaufmännischen und vertraglichen Aspekte einer Zusammenarbeit. Hierbei unterstützt das **Bid & Contract Management**, das des Weiteren spezialisiert ist auf das Thema Ausschreibungen. Expertenwissen zu bestimmten Themenkreisen wie beispielsweise Portoausgaben, Inbound Management und Digitalisierung kann über das **Solution Management** hinzugezogen werden. Im **Service- und Ordermanagement** werden die operativen Kundenanforderungen im Tagesgeschäft betreut. Das **Projektmanagement** sorgt für eine erfolgreiche und dokumentierte Anbindung der Kunden und begleitet bei Bedarf Prozessanpassungen.

Alles in allem steht der Erfolg unserer Kunden im Fokus unserer Aktivitäten. Diese Kundenorientierung schafft eine langfristige sowie nachhaltige Bindung.



4.2 Effiziente Arbeitsprozesse & Ressourcennutzung

Optimierung von Arbeitsprozessen

Der Wandel unseres Unternehmens hin zu einem noch umweltbewussteren und nachhaltigeren Agieren wird stetig wichtiger, eine entscheidende Rolle spielt hierbei die Effizienz von eingesetzten Ressourcen – auch in Prozessabläufen. Diese unterstützen dabei, Kundennutzen zu schaffen sowie Ressourcen zu minimieren und nebenbei auch noch die Freude an Innovationen zu erleben.

So implementieren wir immer wieder Optimierungen, auch im Bereich der Arbeitsprozesse:

Einführung von Jira Software

Das Anforderungsmanagement unseres Unternehmens läuft bereits seit einiger Zeit über das Ticketsystem von Jira Software. Hier werden Tickets erstellt und gezielt ausgewählten Bearbeiter*innen zugewiesen. Auch die Lösungen werden hier dokumentiert. Das ermöglicht eine gleichmäßige Arbeitsverteilung und eine hohe Flexibilität: Durch die Software können auch Kolleg*innen jederzeit den Status eines Tickets sehen. Und noch ein großer Benefit entsteht hier: Vergleichbare Problemstellungen werden nur einmal gelöst – und können dann immer wieder genutzt werden. Im Jira System dokumentiert sind sie eine ideale Best-Practice-Dokumentation.

Warum ist diese Optimierung nachhaltig?

- Nachhaltige Dokumentation, da alle Informationen im Ticket dargestellt werden
- Nachhaltige Aufgabenzuweisung, da jederzeit feststellbar ist, wer ein To-do hat und welche Termine relevant sind
- Nachhaltige Lösungskonzeption, da diese für ähnliche Anforderungen herangezogen werden kann
- Nachhaltiges Wissensmanagement, da die Lösungen dokumentiert sind

- Nachhaltiges Aufgaben-Tracking, da die Verantwortlichkeit klar sichtbar ist
- Nachhaltige Ressourcenplanung, da die Auslastung der einzelnen Mitarbeiter*innen und Abteilungen sichtbar ist
- Nachhaltiges Projektportfoliomanagement, da sichtbar ist, welche Projekte zu welchem Zeitpunkt in die Umsetzung gehen können

Nutzung von Scrum

Die Einführung der Jira Software hat auch das agile Arbeiten nach der Scrum-Methode ermöglicht. Eigenverantwortlich, kundenorientiert, flexibel, effizient und in guter Teamarbeit – das zeichnet diese Arbeitsweise aus und das macht sie für uns auch zum Teil unserer modernen Arbeitskultur.

Was hat jedoch die agile Vorgehensweise mit Nachhaltigkeit zu tun? Der Ansatz der agilen Arbeitsweise ist, dass Anforderungen bei komplexen Projekten nicht von Anfang an festgelegt werden können, sondern, dass sich mit fortschreitender Implementierung Änderungen ergeben, die berücksichtigt werden müssen. Bei der agilen Vorgehensweise können für jeden Sprint Änderungen einfließen, um das Projekt nachhaltig sinnvoll abzuschließen. Das bedeutet, dass durch das Scrum-Prinzip die tatsächlichen Kundenanforderungen in den Mittelpunkt rücken, sodass der Kunde das bekommt, was er braucht, und nicht das, was er zu Beginn zu brauchen glaubte. Nachfolgend sind die Vorteile noch einmal zusammengefasst:

- Nachhaltige Entwicklung, da genau das entwickelt wird, was der Kunde braucht, und nicht, was er ursprünglich auf Basis seines Kenntnisstandes angefordert hat

- Nachhaltiges Timing, da das Team sich auf die Lieferung von Teilprojekten verpflichtet und den Termin sowie die darin zu erledigenden Aufgaben mitträgt
- Nachhaltige Kundenzufriedenheit, da die Kundenanforderungen besser und schneller abgebildet werden können

OnePlatform

Derzeit arbeiten wir an einem großen internen Projekt, das sich mit der Verbindung aller Geschäftsbereiche (Inbound, Direct Mail und Document Output) beschäftigt. Wir schaffen hierbei Synergien und erweitern das Gesamt-Produktportfolio für unsere Kunden, indem die Bereiche immer stärker ineinandergreifen. Dadurch ergeben sich viele Vorteile, die sich auf den Nachhaltigkeitsgedanken positiv auswirken:

- Konsolidierung: Mehrfach vorhandene Software pro Standort wird reduziert und auf gemeinsame Lizenzen gehoben. Dadurch werden Kosten gespart, aber auch der Aufwand für Wartung und Betrieb wird reduziert.
- Vereinheitlichung: Durch die Vereinheitlichung von Automatisierungen und Meldungen ist der Betrieb von Systemen für die betreuenden Kolleg*innen nachvollziehbarer und transparenter. Jemand, der bisher Themen im Bereich Document Output betreut hat, wird dann in die Lage versetzt, auch ähnliche Themen im Bereich Direct Mail oder Inbound analysieren zu können. So schaffen wir Expert*innen und können dieses Know-how gezielt einsetzen.
- Modularisierung bei der Implementierung: Durch die Entwicklung einzelner Funktionen können diese nach der Programmierung mehreren Kunden zur Verfügung gestellt werden. Dies sorgt für eine ressourcensparende Entwicklung.

4.3 Beschaffung & Lieferkette

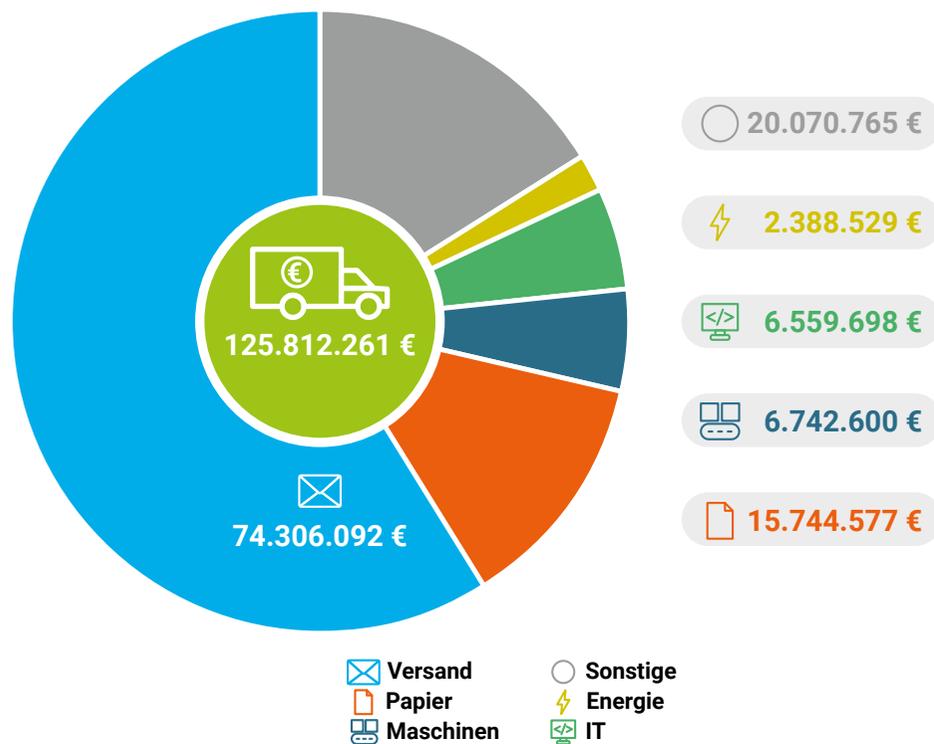
In einer arbeitsteiligen Welt ist es wichtig, das Thema Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu leben. Unsere wichtigsten Partner sind dabei unsere Kunden und unsere Lieferanten. Unsere Zulieferungen repräsentieren den Hauptteil der Kosten unserer indirekten CO₂-Emissionen und sind entlang der Lieferkette über verschiedene Regionen verteilt.

Gleichzeitig sind wir immer wieder mit Verknappungssituationen konfrontiert, die ein wirtschaftlich hohes Risiko darstellen. Wichtig ist für uns eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und langfristige gemeinsame Ausrichtung. Die Nachhaltigkeitsziele können wir nur gemeinsam erreichen.

Fakten zum Thema Einkauf

Die geschätzte Gesamtzahl der Lieferanten unserer deutschen Standorte beläuft sich auf ca. 900 mit einem Einkaufsvolumen von 126 Mio. Euro. Die Struktur der Lieferanten in unserem Unternehmen ist breit gefächert und umfasst u. a.:

- Bereitstellung und Betrieb der Gebäude sowie gebäudetechnischen Anlagen und deren Einrichtung
- Maschinenlieferanten, E+V-Teile und Dienstleistungen zum Betrieb der Maschinen
- Materiallieferanten
- Post- und Transportdienstleister
- Lieferanten zur Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen für die IT-Infrastruktur und Technology

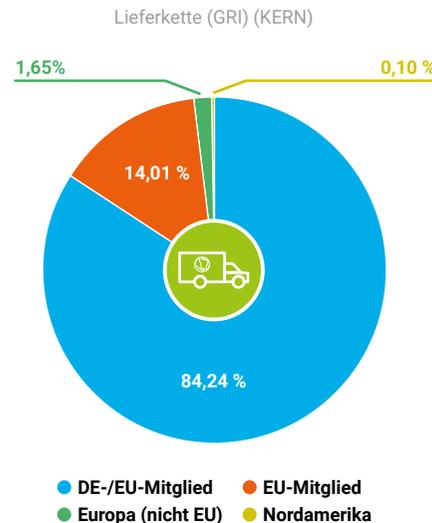


Regionale Verteilung der Lieferanten

Unsere Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten sind geprägt von Langfristigkeit und Beständigkeit. Bei der Angebotsauswahl wird stets der Sitz beziehungsweise die Nähe zur jeweiligen Betriebsstätte berücksichtigt. Insbesondere bei dem Bezug von Serviceleistungen für die Gebäudetechnik (Facility) wird eine Versorgung durch ortsnahe Lieferanten sehr häufig präferiert.

Da sich unsere Produktionsstätten an verschiedenen Standorten befinden, sind Lieferanten mit Sitz im Land des Auftraggebers als lokale Geschäftspartner anzusehen. Im Berichtsjahr wurde ein Anteil von 84 % mit Lieferanten umgesetzt, die ihren Geschäftssitz in Deutschland haben und von Unternehmen in Deutschland beauftragt wurden. Der zweitgrößte Anteil entfällt mit 14 % auf Lieferanten, die sich in EU-Mitgliedsstaaten befinden.

Die Auswertung erfolgt zunächst für die Lieferanten der Produktionsstandorte Schwandorf, Weingarten, Korschenbroich sowie Magdeburg. Der Standort Nyřany wird hierbei im nächsten Nachhaltigkeitsbericht im Herbst 2022 ergänzt. Für die Zukunft ist eine erweiterte Auswertung geplant. Diese enthält zusätzlich für Lieferanten mit Sitz in den Berichtsländern Informationen über die geografische Nähe „Regionszugehörigkeit“ zur auftraggebenden Unternehmung.



Soziale Bewertung von Lieferanten

Grundsätzlich erwarten wir von unseren Lieferanten verantwortungsvolles Handeln. In unserer Organisation wurden bisher keine Lieferanten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziell negativen sozialen Auswirkungen ermittelt bzw. wurden solche Auswirkungen in der laufenden Zusammenarbeit nicht festgestellt. Durch die langfristigen Partnerschaften und den lokalen Bezug bewerten wir das Risiko bei unseren direkten Lieferanten hier als niedrig.

Dennoch möchten wir das Thema Nachhaltigkeit im ökologischen und sozialen Kontext fest implementieren: Eine gezielte Abfrage von strategisch wichtigen Bestandslieferanten, die unter anderem soziale Kriterien beinhaltet, ist geplant – ebenso wie eine Erweiterung der Kriterien für die Aufnahme von Geschäftsbeziehungen und bei Lieferantenbewertungen mit vertiefenden sozialen und ökologischen Kriterien.

Dazu gehört auch der **Ethikkodex**.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, dass ein steigender Anteil unserer Lieferanten unseren Verhaltenskodex durch Unterzeichnung akzeptiert. Alternativ kann von uns auch ein vergleichbares lieferanteneigenes Dokument akzeptiert werden (z. B. Code of Conduct des Lieferanten). Zur besseren Nachverfolgung haben wir KPIs entwickelt, die im Geschäftsjahr 2021/2022 auch in die EcoVadis-Bewertung mit einfließen werden. Der Fokus richtet sich dabei zunächst auf Lieferanten mit

den größten Umsatzanteilen und auf strategisch wichtige Lieferanten.

Zusammenfassend bedeutet dies, dass wir den folgenden Lieferantenanteil in der kommenden Zeit abdecken wollen:



Mit dem Verhaltenskodex möchten wir auch sicherstellen, dass unsere Lieferanten sich zu einer ökologisch und sozial verantwortungsvollen Unternehmensführung bekennen. Weiterhin sollen Lieferanten ständig darin bestrebt sein, das unternehmerische Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit zu optimieren.

Materialien

Zertifizierung Blauer Engel

An unserem Standort in Nýřany produzieren wir bereits seit mehreren Jahren mit der Zertifizierung Blauer Engel. Im Jahr 2020 haben wir eine Rezertifizierung vorgenommen, die nun bis Ende 2022 verlängert wurde.

Papierbeschaffung

Neben der CO₂-Neutralität von Produktion und Versand bieten wir unseren Kunden an, nachhaltig zertifiziertes oder recyceltes Papier für deren Anwendungen zu beschaffen, um den ökologischen Fußabdruck weiter zu verkleinern. Hier ist auch das Engagement des Kunden enorm wichtig, denn letztendlich entscheidet dieser, welches Material für seine Druckerzeugnisse eingesetzt werden soll. Grundsätzlich legen wir aber viel Wert auf eine nachhaltige Forstwirtschaft und Zellstoffgewinnung. Wir halten das für ökologisch und – langfristig gesehen – wirtschaftlich gleichermaßen sinnvoll. Nachhaltige Forstwirtschaft sichert die dauerhafte und kontinuierliche Verfügbarkeit des Rohstoffs. Wir werben weiterhin dafür, sich für nachhaltige Alternativen zu entscheiden, und weiten unser Angebot diesbezüglich stetig aus.

IT-Einkauf & Green IT

Zukünftig soll das Thema Nachhaltigkeit in der Beschaffung unserer IT- und Kommunikationstechnologie eine deutlich stärkere Berücksichtigung finden. Wir wollen den Anbietern dieser Produkte und Dienstleistungen klar kommunizieren, dass Nachhaltigkeit in Zukunft einen hohen Stellenwert im Einkauf einnimmt. Darüber hinaus spielt eine fundiertere Produktauswahl, die auch Nachhaltigkeitskriterien miteinbezieht, eine zunehmend wichtigere Rolle im Beschaffungsprozess.

4.4 Compliance & Risikomanagement

Wir als Paragon richten unser Handeln nach unseren Verhaltensgrundsätzen und Richtlinien aus, da diese die Grundvoraussetzung für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung sind. Wichtige Grundlage ist dabei unser Managementhandbuch. Dabei müssen unsere Aktivitäten selbstverständlich auch Gesetzen, Regulierungen und ethischen Standards entsprechen, um ein vertrauensvoller Arbeitgeber sowie Geschäftspartner zu sein.

Risikomanagement und Vorsorgeprinzip

Bei Paragon werden einzelne Risiken in relevanten Bereichen wie beispielsweise dem Umweltmanagement, der Qualität und der Informationssicherheit erfasst und bewertet. Ziel ist es, operative, rechtliche und prozessuale Risiken zu identifizieren und durch vorbeugende Maßnahmen zu vermeiden beziehungsweise zu verringern.



5. FAZIT UND AUSBLICK – EIN INTERVIEW MIT ANDREAS KECK

Interview zwischen Andreas Keck (Head of Sustainability) und Bettina Schlüter (UNO INO eG, Beratung für nachhaltiges Wirtschaften)

Bettina leitete das Projekt „Nachhaltigkeitsbericht @Paragon“ und unterstützte mit ihren Kolleg*innen von UNO INO und dem Experts Institut das Team von Paragon bei der Erstellung des Berichts. Gemeinsam ziehen Bettina und Andreas in diesem Interview ein Resümee.

Da ein persönliches Treffen aufgrund der Corona-Pandemie nicht möglich war, trafen wir uns im virtuellen Format über MS Teams.

Bettina Schlüter: Hallo Andreas, ihr habt in den letzten Wochen euren ersten Nachhaltigkeitsbericht erarbeitet. Was war für euch der Auslöser? Warum ist das Thema für euch so relevant?

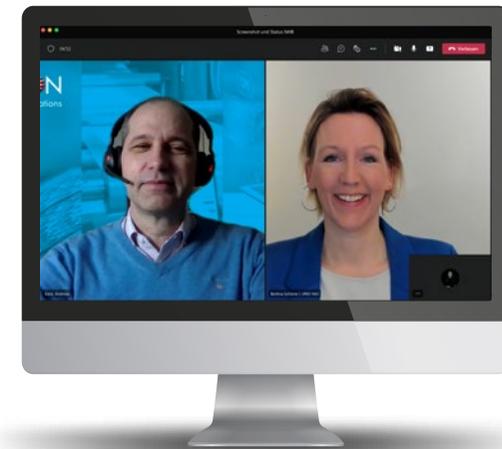
Andreas Keck:

Was aus meiner Sicht für alle Unternehmen gilt, gilt auch für uns: Man kann das Thema Wirtschaftlicher Erfolg und Nachhaltigkeit nicht mehr trennen und schon gar nicht als Gegensatz sehen. Sie bedingen sich. Unternehmen, die nicht nachhaltig sind – und damit meine ich Nachhaltigkeit im kompletten Kontext von ökologisch, ökonomisch und sozial –, werden dauerhaft keinen Erfolg haben. Daher haben wir schon vor anderthalb Jahren angefangen, uns mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Wir starteten dabei mit dem Aufbau nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen, vor allem mit den Themen Klimaneutrale Produktion und Versand. Im Zuge dieser Aktivitäten haben wir aber gesehen, dass wir das alles ein bisschen strukturierter zusammenbringen müssen: Was gibt es schon Gutes – es gab ja in anderen Bereichen schon verschiedene Aktivitäten und Zertifizierungen – und wo gibt es Lücken, wo müssen wir noch etwas tun? Auch im Hinblick auf die EU-Verordnung, dass der Nachhaltigkeitsbericht verpflichtend wird, wollten wir gleich richtig starten. Das war für uns alle Neuland, das hatten wir noch nie gemacht. Es war definitiv der Beginn einer spannenden Reise.

Bettina Schlüter: Wer waren eure Reisebegleiter?

Andreas Keck:

Zum einen waren das unsere externen Partner von UNO INO eG und dem Experts Institut, die uns mit Fachexpertise und klaren Strukturen an die Hand genommen haben: Was muss besprochen und aufbereitet werden? Wie binden wir die Stakeholder ein und worauf müssen wir achten, um auch die Vorgaben des GRI einzuhalten? Das war sehr wertvoll.



Und uns ist es gelungen, ein wirklich schlagkräftiges internes Team zusammenzustellen – mit C-Level Support. Unser CEO Thomas Simon hat intensiv mitgewirkt. Auch unser CSO Alexander Schäfer hat in Teilen unterstützt und aus den Fachabteilungen heraus haben alle relevanten Bereiche mitgeholfen, die wir gebraucht haben. Von Sales, Human Resources, Einkauf, Produktion, Marketing und Compliance – aus jedem Bereich war jemand dabei. Ein tolles und motiviertes Team. Das war für mich der Schlüssel zum Erfolg!

Bettina Schlüter: Was war euch besonders wichtig bei der Erstellung des Berichts?

Andreas Keck:

Das wichtigste Ziel war es, Transparenz zu schaffen und ehrlich an unsere Stakeholder zu kommunizieren. Wir wollten offen zeigen, wo wir stehen, was wir tun und wo wir noch hinhöchten. An manchen Stellen sind wir gut, an anderen möchten wir noch besser werden, genau das wollten wir offen transportieren. Und wir hoffen, das ist uns gelungen.

In dem Zusammenhang waren besonders wertvoll die Schritte des Stakeholderdialogs und der Wesentlichkeitsanalyse. Hier konnten wir wichtige Eindrücke von unseren Lieferanten, Kunden, Mitarbeiter*innen und Investoren gewinnen: was sie von uns zum Thema Nachhaltigkeit erwarten. Und das ist der rote Faden, mit dem wir den Bericht erstellt haben.

Zusätzlich wollten wir den Bericht entsprechend den Regularien der GRI Standards erstellen, für den wir uns als Teil einer internationalen Gruppe entschieden hatten.

Bettina Schlüter: Die Themen Stakeholderdialog und Wesentlichkeitsanalyse hast du bereits angesprochen. Was waren darüber hinaus für euch die wichtigsten Erkenntnisse, die ihr gewonnen habt?

Andreas Keck:

Eine wichtige Erkenntnis, das wir nun ganz klar sehen: Es gibt schon einiges, das in den verschiedenen Bereichen umgesetzt war. Im Bereich Personal zum Beispiel die vielfältigen Benefits, im Bereich Ökologie die ISO 14001 oder die 50001 und auf Kundenseite die bereits erwähnten Produkte und Dienstleistungen rund um die klimaneutrale Produktion.

Aber was bis dato noch nicht gemacht wurde, war, das alles aufzuschreiben, es zu sortieren und am Schluss zu sehen, wo wir denn eigentlich stehen. Aus meiner Sicht war dann eine der Erfahrungen: Wir sind nicht bei null, Gott sei Dank, wir haben da schon einiges erreicht, aber wir haben auch noch einiges zu tun.

Bettina Schlüter: Wo seid ihr schon sehr stark und wo sind die größten Handlungsfelder?

Andreas Keck:

Wo wir schon stark sind, ist im Bereich Kunden. Da werden wir ernst genommen und mit unserer Expertise, die wir bereits aufgebaut haben, akzeptiert. Das ist gut und uns wichtig, da das Thema Kundenorientierung für uns eines der wesentlichen Themen ist.

Wo wir noch Schwächen sehen: Wir machen viel, aber messen wenig. Es ist wichtig, dass wir die Dinge, die wir tun, auch in eine Messbarkeit und Zielsetzung bringen – mit klaren Maßnahmen für die Zukunft.

Und dann gibt's noch Bereiche, mit denen wir uns bisher noch nicht so viel beschäftigt haben, insbesondere dem Block Lieferanten: Wie nehmen wir die mit auf die Reise, wie stellen wir sicher, dass wir die richtigen haben mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit? Auch im Mitarbeiterbereich haben wir schon einiges unternommen, wollen hier aber noch mehr tun. Im Bereich Ökologie haben wir noch Hausaufgaben im Bereich CO₂-Reduktion zu machen. Hier kennen wir den Status quo durch die CO₂-Bilanz. Wir brauchen jedoch einen fest verankerten Reduktionsplan mit hinterlegten Maßnahmen. Gleichzeitig ist es wichtig, das Thema im Unternehmen auch organisatorisch zu verankern.

Bettina Schlüter: Das ist ein gutes Stichwort. Wie habt ihr das Thema in der Organisation verankert? Was sind aus deiner Sicht hier die Erfolgsfaktoren?

Andreas Keck:

Es ist wichtig, dass das Thema von allen Seiten unterstützt wird. Zunächst durch das Management und die klare Verankerung in der Strategie. Das haben wir mit dem Thema „Responsibility“ getan. Wir haben den Anspruch, „Best-in-Class“ im Bereich Nachhaltigkeit zu sein und hier Standards zu setzen: Nachhaltigkeit muss Teil der Paragon DNA werden und darf kein „Addon“-Thema sein.

Ein wichtiger Schritt war dafür, das Thema auch in der Organisation darzustellen und zu verankern. Das haben wir in diesem Jahr getan. Das Thema Nachhaltigkeit wird jetzt direkt an den CEO gehängt, mit meiner Funktion „Head of Sustainability“ und weiteren Teammitgliedern. Das ist entscheidend, um das Thema verbindlich und dauerhaft im Unternehmen zu etablieren.

Nachhaltigkeit ist jedoch nichts, was in einer Abteilung losgelöst stattfindet. Es wird sich in allen Prozessen von Paragon widerspiegeln und findet überall statt. Dafür ist es wichtig, dass Nachhaltigkeit auch von den Mitarbeiter*innen mitgetragen wird, und das ist bei uns der Fall. Wir konnten in den letzten Monaten sehen, wie stark das Engagement und Interesse für dieses Thema ist. Immer wieder bekomme ich Anrufe von Menschen aus der Organisation, die Ideen einbringen. Zum Beispiel ist das Projekt „Wildbienenhotels“ auf eine solche Initiative zurückzuführen.

Bettina Schlüter: Nimmst du wahr, dass das Thema Nachhaltigkeit auch bei anderen an Bedeutung zunimmt?

Andreas Keck:

Wir merken ganz stark, dass das Thema bei den Kunden immer wichtiger wird und sie dazu gezielt mit uns in Kontakt treten, beispielsweise durch Fragebögen oder durch Gesprächsanfragen. Viele haben die Verträge zur klimaneutralen Produktion abgeschlossen. Wir sehen es auch in den Ausschreibungen, dass hier immer mehr gefordert wird. Auch die Investoren legen mehr Wert auf die ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance). Im Bereich der Lieferanten wird das Thema relevanter, auch mit Blick auf die Lieferkette. Aufgrund der aktuellen Papierknappheit werden wir in Zukunft das Papier auch außerhalb von Europa einkaufen. Da wird dieses Thema von noch größerer Wichtigkeit werden.

Auch für unsere Mitarbeiter*innen ist das Thema relevant, abgebildet in dem von uns als wesentlich definierten Thema „Arbeitgeberimage“. Gerade für jüngere Mitarbeiter*innen ist es ein großes Anliegen. Sie wählen ihre Arbeitgeber nicht nur nach Inhalt der Aufgabe, Entwicklung und monetären Aspekten, sondern auch danach, ob der Arbeitgeber Sinn bietet und glaubhaft etwas im Bereich Nachhaltigkeit tut. Und nicht zuletzt die Investoren möchten sehen, wie nachhaltig unsere Geschäftsaktivitäten sind. Diese Informationen fließen dann direkt in die Bewertung der Investition mit ein.

Bettina Schlüter: Ihr lebt das Thema Nachhaltigkeit ganz „Hands-on“, das konnte ich in den letzten Monaten sehen. Wie geht es jetzt konkret weiter mit dem Thema „Sustainably Connected“ in eurem Nachhaltigkeitsprogramm? Was ist konkret in der Umsetzung, auf das wir uns im nächsten Bericht freuen können?

Andreas Keck:

Das ist richtig, wir setzen um. Wir haben ganz viele Dinge identifiziert, die wir machen wollen und sollten. Daraus ist eine große Roadmap entstanden, die wir angehen. Wir schauen dabei immer, wen wir aus den Fachabteilungen einbinden können. Damit werden wir ganz viele Themen in den nächsten Monaten und Jahren umsetzen.

Bettina Schlüter: Welche Themen werden aktuell umgesetzt?

Andreas Keck:

Eins der Fokusthemen ist das Thema CO₂-Strategie. Wir denken darüber nach, in Richtung Net Zero Plan oder SBTi (Science Based Target Initiative) aktiv zu werden. Wir haben schon ein großes Projekt auf den Weg gebracht, um die Potenziale im Bereich Energie zu analysieren. Hier kann man gut sehen, dass Nachhaltigkeit auf zwei Themenfelder einzahlt: auf wirtschaftliche und gleichzeitig auf unsere ökologischen Ziele, indem wir Kosten und auch CO₂-Emissionen reduzieren. Das kann zum Beispiel durch gesteigerte Effizienz sein oder dadurch, dass wir in Zukunft massiv selbst Energie über Photovoltaik produzieren und weitere intelligente Konzepte prüfen – auch unter Einbeziehung der Mobilität, unter anderem bezogen auf unseren Fuhrpark.

Und wir werden über die Aktivitäten im Personalbereich berichten. Wir arbeiten hier am Thema Diversität und sind dabei, das Thema Familienfreundliches Unternehmen zu pushen. Außerdem gehen wir das Thema Nachhaltigkeit mit unseren Lieferanten an. Dazu laufen die ersten Gespräche und Umfragen mit unseren wichtigsten Dienstleistern.

Zusätzlich wird es ein großes internationales Projekt mit der ganzen Group geben, darauf freuen wir uns sehr. Auch auf dieser Ebene entstand in den letzten Monaten mit unseren Kolleg*innen aus den anderen Ländern eine Bewegung, die zum ersten Mal auch ausführlich in einem Kapitel in unserem Annual Report beschrieben wurde.

Es passiert also weiterhin auf allen Ebenen und mit vielen Beteiligten eine ganze Menge. Wir sind stolz auf das Erreichte und motiviert, immer weiterzugehen.

Bettina Schlüter: Die Motivation spürt man an allen Stellen. Lass mich daher zum Schluss noch eine persönliche Frage an dich stellen: Wie bist du zum Thema Nachhaltigkeit gekommen?

Andreas Keck:

Das ist eine spannende Frage, die mit meinem 50. Geburtstag zu tun hat. Ein runder Geburtstag ist ja immer ein Erlebnis, zu dem man ins Grübeln kommt. Ich dachte, vielleicht könnte ich mir jetzt ein schönes Hobby zulegen, einen Oldtimer kaufen oder so was. Aber das war es nicht. Ich wollte mich stärker engagieren zu den Themen, die uns zukünftig sehr bewegen werden, und da ist das Thema Nachhaltigkeit das allerwichtigste. Dann habe ich mich ein bisschen damit beschäftigt, habe mich dazu auch nebenberuflich in verschiedenen Formaten weitergebildet und dann dem Board ein kleines Konzept gemacht mit ein paar Vorschlägen, wie wir uns bei Paragon der Sache nähern könnten. Das kam gut an. Es wurde festgelegt, dass Nachhaltigkeit wichtig ist und dass wir uns mit dem Thema Kunden zuerst beschäftigen. So bin ich in die Rolle reingerutscht, und nun darf ich das Thema umfassend verantworten. Ich bin darüber froh und dankbar. Zum einen, was sich thematisch darin verbirgt und was wir bereits erarbeitet haben. Und zum anderen, weil ich staune, wie viele tolle Menschen man dadurch kennenlernt. Viele Überzeugungstäter, sehr erfrischend und angenehm. Das tut mir persönlich auch sehr gut.

Bettina Schlüter: Überzeugungstäter. Das sieht man auch dir an. Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg für die nächsten Schritte.

GRI Index

GRI 102: Organisationsprofil

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
102-1	Name der Organisation	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	9
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	16 f.
102-3	Hauptsitz der Organisation	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	11
102-4	Betriebsstätten	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	11
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	9, 13
102-6	Belieferte Märkte	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	16
102-7	Größe der Organisation	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	9, 11 f., 15
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	3.1 Beschäftigte in Zahlen	44-47
102-9	Lieferkette	4.3 Beschaffung & Lieferkette	63
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Erstbericht
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	4.4 Compliance & Risikomanagement	65
102-12	Externe Initiativen		aktuell keine
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	17 f.
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	1.2 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	19
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	1.2 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie; 3.3. Reduzierung von Ungleichheiten 4.4 Compliance & Risikomanagement	19, 54, 65
102-18	Führungsstruktur	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	9, 13
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	25
102-41	Tarifverträge	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	53
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	25
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	25
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	25
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	1.1 Paragon DACH & CEE – Wer wir sind	9
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung	1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	25

GRI 102: Organisationsprofil

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
102-47	Liste der wesentlichen Themen	1.4 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog	26
102-48	Neudarstellung von Informationen		Erstbericht
102-49	Änderung bei der Berichterstattung		Erstbericht
102-50	Berichtszeitraum	Impressum	76
102-51	Datum des letzten Berichts		Erstbericht
102-52	Berichtszyklus	Impressum	76
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	Impressum	76
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Impressum	76
102-55	GRI-Inhaltsverzeichnis	GRI Index	72
102-56	Externe Prüfung	Impressum	76

GRI 300: Umwelt

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
302	Energie		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	36
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	2.3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	36
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	2.3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	36, 37
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	2.3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	38
303	Wasser und Abwasser		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.4 Wasserverbrauch	39
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	2.4 Wasserverbrauch	39
303-5	Wasserverbrauch	2.4 Wasserverbrauch	39
305	Emissionen		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.2 Klimaschutz bei Paragon	33

GRI 300: Umwelt

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	2.2 Klimaschutz bei Paragon	33
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	2.2 Klimaschutz bei Paragon	33 f.
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	2.2 Klimaschutz bei Paragon	33 f.
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	2.2 Klimaschutz bei Paragon	33 f.
305-5	Senkung der THG-Emissionen	2.2 Klimaschutz bei Paragon	34 f.
306	Abfall		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.5 Abfallmanagement	40
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	2.5 Abfallmanagement	40
306-3	Angefallener Abfall	2.5 Abfallmanagement	40

GRI 400: Soziales

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
401	Beschäftigung		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.1 Beschäftigte in Zahlen	44
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	3.1 Beschäftigte in Zahlen	44
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	3.1 Beschäftigte in Zahlen	46 f.
403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	55
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	55
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	55, 57
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	57
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	57

GRI 400: Soziales

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
403-6	Förderung der Gesundheit und Mitarbeiter	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	56 f.
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	3.4 Gesundheit & Arbeitssicherheit	55
404	Aus- und Weiterbildung		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.2 Wir und unsere Beschäftigten	48
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	3.2 Wir und unsere Beschäftigten	48
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	3.2 Wir und unsere Beschäftigten	48
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	3.2 Wir und unsere Beschäftigten	50
405	Vielfalt und Chancengleichheit		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	52
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	52
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	52
405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	53
406	Gleichbehandlung		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	53
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	53
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	3.3 Reduzierung von Ungleichheiten	53 f.
414	Soziale Bewertung der Lieferanten		
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	4.3 Beschaffung & Lieferanten	62
103-2	Der Managementansatz und seine Kompetenzen	4.3 Beschaffung & Lieferanten	62
414-2	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	4.3 Beschaffung & Lieferanten	63

Impressum

Herausgeber:

Paragon Customer Communications GmbH
Mühlenstraße 57
41352 Korschenbroich
Deutschland

USt-ID: DE 813680222

Die Paragon Customer Communications GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach Maßgabe des GmbH-Gesetzes mit Sitz in Korschenbroich, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Neuss unter der Nummer HRB 18295.

Kontakt Daten:

E: dialog@paragon-cc.de
T: +49 2161 6867-0
Internetseite: www.paragon-cc.de

Kontakt Sustainability:

Andreas Keck
Head of Sustainability
E: andreas.keck@paragon-cc.de, T: +49 2161 6867-220

Unterstützt durch

UNO INO eG – Beratung für nachhaltiges Wirtschaften
Experts Institut Beratungs GmbH

Kommunikationskontakt:

marketing@paragon-cc.de

Kreativkonzept und Design:

Paragon Customer Communications Schwandorf GmbH, Abteilung Prepress

Bildnachweis:

Paragon Customer Communications GmbH, stock.adobe.com

Redaktionsschluss:

16.02.2022

Kriterien der Berichterstattung

Als Paragon Customer Communications DACH & CEE erstellen wir erstmalig für das Geschäftsjahr 2020/2021 einen Nachhaltigkeitsbericht, obwohl wir nach der Corporate-Social-Responsibility-Richtlinie 2014/95/EU nicht berichtspflichtig sind. Wir sind uns aber unserer Verantwortung für die Zukunft bewusst und möchten mit einem freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht unsere bisherigen Nachhaltigkeitstätigkeiten und künftigen Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen offenlegen.

Wir haben uns hierzu an dem Rahmenwerk der Global Reporting Initiative (GRI), Option „Kern“ orientiert. Auf Grund der freiwilligen Berichterstattung ist keine externe Prüfung erfolgt. Berichtsinhalt sind die Unternehmen Paragon Customer Communications GmbH, Paragon Customer Communications Schwandorf GmbH, Paragon Customer Communications Weingarten GmbH und Paragon Customer Communications CZ. Die zugehörigen Standorte sind hierbei Korschenbroich, Schwandorf, Weingarten, Magdeburg und der tschechische Standort Nýřany. Eventuelle Abweichungen sind an den entsprechenden Stellen kenntlich gemacht.

Der vorliegende Bericht umfasst – sofern nicht anders angegeben – den Berichtszeitraum 01.07.2020 bis 30.06.2021. Geplant ist, jährlich über die Nachhaltigkeitsfortschritte und -maßnahmen zu berichten. Weiterführende Informationen zum Nachhaltigkeitsbericht sind bei Herrn Andreas Keck, Head of Sustainability, auf Anfrage erhältlich.

Zur besseren Lesbarkeit haben wir im Text anstelle von „Paragon Customer Communications DACH & CEE“ die Kurzform „Paragon“ verwendet.

Gleichberechtigung ist uns sehr wichtig. Bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern haben wir, wo es sinnvoll und richtig erscheint, die Schreibweise mit Asterisk gewählt, um geschlechtliche Vielfalt sichtbar zu machen. Ausgenommen davon sind nicht auf natürliche Personen, sondern z. B. auf Unternehmen bezogene Bezeichnungen wie „Kunden“ im Sinne von „Unternehmenskunden“.

Anhang

Detallierte Übersichten zu Scope 1, Scope 2 und Scope 3 nach Standorten.

Standort Korschenbroich

Emissionsquelle	CO _{2e} in T	%
Scope 1	234,4	12,8
Wärme	129,2	7,0
Fuhrpark	97,2	5,3
Kältemittel	8,0	0,4
Scope 2	0,0	0,0
Fernwärme	0,0	0,0
Fremderzeugte Wärme	0,0	0,0
Strom	0,0	0,0
Scope 3	1.603,0	87,2
Rohstoffe und Verbrauchsmaterial	1.192,9	64,9
Anfahrt Beschäftigte	207,3	11,3
Vorkette Strom	61,1	3,3
Rohstoffe (Druckereien)	36,2	2,0
Wasser	34,8	1,9
Vorkette Wärme/Kälte	28,8	1,6
Vorkette Kraftstoffe	14,7	0,8
Homeoffice	10,0	0,5
Externe Dienstleister	8,6	0,5
Flüge	3,1	0,2
Bahnfahrten	2,5	0,1
Verpackungen	1,5	0,1
Druckerzeugnisse	0,6	0,0
Büropapier	0,5	0,0
Sonstige Büroartikel	0,1	0,0
Gesamtergebnis	1.837,4	100,0

Standort Weingarten

Emissionsquelle	CO _{2e} in T	%
Scope 1	126,7	3,6
Wärme	82,7	2,4
Fuhrpark	30,9	0,9
Kältemittel	13,1	0,4
Scope 2	0,0	0,0
Fernkälte	0,0	0,0
Fremderzeugte Wärme	0,0	0,0
Strom	0,0	0,0
Scope 3	3.379,8	96,4
Rohstoffe und Verbrauchsmaterial	2.900,9	82,8
Anfahrt Beschäftigte	208,9	6,0
Vorkette Strom	143,9	4,1
Verpackungen	55,9	1,6
Wasser	28,7	0,8
Vorkette Wärme/Kälte	18,4	0,5
Homeoffice	11,1	0,3
Externe Dienstleister	5,7	0,2
Vorkette Kraftstoffe	4,7	0,1
Druckerzeugnisse	1,5	0,0
Büropapier	0,5	0,0
Sonstige Büroartikel	0,1	0,0
Gesamtergebnis	3.506,5	100,0

Standort Magdeburg

Emissionsquelle	CO _{2e} in T	%
Scope 1	63,7	2,3
Wärme	60,5	2,1
Kältemittel	3,2	0,1
Scope 2	222,7	7,9
Strom	222,7	7,9
Fernkälte	0,0	0,0
Fremderzeugte Wärme	0,0	0,0
Scope 3	2.540,2	89,9
Rohstoffe und Verbrauchsmaterial	2.415,9	85,5
Vorkette Strom	65,9	2,3
Anfahrt Beschäftigte	38,6	1,4
Vorkette Wärme/Kälte	13,5	0,5
Homeoffice	5,3	0,2
Bahnfahrten	0,6	0,0
Wasser	0,3	0,0
Büropapier	0,1	0,0
Verpackungen	0,0	0,0
Gesamtergebnis	2.826,6	100,0

Standort Schwandorf

Emissionsquelle	CO _{2e} in T	%
Scope 1	286,5	0,6
Kältemittel	197,6	0,4
Wärme	75,7	0,2
Fuhrpark	13,2	0,0
Scope 2	266,3	0,6
Fremderzeugte Wärme	266,3	0,6
Fernkälte	0,0	0,0
Strom	0,0	0,0
Scope 3	46.859,3	98,8
Rohstoffe und Verbrauchsmaterialien	45.343,4	95,6
Anfahrt Beschäftigte	567,3	1,2
Vorkette Strom	321,1	0,7
Verpackungen	300,4	0,6
Vorkette Wärme/Kälte	144,2	0,3
Büropapier	129,3	0,3
Externe Dienstleister	25,6	0,1
Miet- und Privatfahrzeuge	10,6	0,0
Flüge	5,1	0,0
Homeoffice	4,1	0,0
Wasser	3,4	0,0
Druckerzeugnisse	2,2	0,0
Vorkette Kraftstoffe	2,0	0,0
Sonstige Büroartikel	0,3	0,0
Bahnfahrten	0,3	0,0
Gesamtergebnis	47.412,1	100,0

Standort Nýřany

Emissionsquelle	CO _{2e} in T	%
Scope 1	288,7	4,2
Wärme	206,9	3,0
Fuhrpark	78,8	1,1
Kältemittel	3,0	0,0
Scope 2	0,0	0,0
Fernkälte	0,0	0,0
Fremderzeugte Wärme	0,0	0,0
Strom	0,0	0,0
Scope 3	6.611,7	95,8
Rohstoffe und Verbrauchsmaterialien	5.892,1	85,4
Anfahrt Beschäftigte	277,2	4,0
Vorkette Strom	189,5	2,7
Verpackungen	173,8	2,5
Vorkette Wärme/Kälte	46,1	0,7
Vorkette Kraftstoffe	14,9	0,2
Büropapier	8,7	0,1
Homeoffice	5,3	0,1
Externe Dienstleister	2,4	0,0
Wasser	1,5	0,0
Bahnfahrten	0,0	0,0
Gesamtergebnis	6.900,4	100,0

