

A hand is shown holding a small, glowing globe. The globe is covered in green grass and has a single, vibrant green tree growing from its top. The base of the globe is decorated with blue circuit board patterns, symbolizing the intersection of nature and technology. The background is a dark blue with glowing light blue bokeh effects.

PARAGON

NACHHALTIGES ENGAGEMENT

Werte leben, Verantwortung übernehmen

Nachhaltigkeitsbericht 21/22

Inhaltsverzeichnis

ÜBER DIESEN BERICHT	3
Vorwort des Management Boards	4
Vorstellung des Nachhaltigkeitsteams	6
Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	7
Überblick über unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsziele und deren Status	8
1. UNTERNEHMEN – UNSER VERSPRECHEN: „SUSTAINABLY CONNECTED. SMARTER COMMUNICATION.“	10
1.1 Paragon DACH & CEE : Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11
1.2 Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen: Intelligente Lösungen für globale Herausforderungen	21
1.3 Wesentlichkeitsanalyse und Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28
1.4 Die SDGs @Paragon: Verantwortung – auf den Punkt gebracht	31
2. PLANET – KONKRETE VISIONEN: SCHRITT FÜR SCHRITT IN RICHTUNG ZUKUNFT	32
2.1 Schutz von Natur und Umwelt: Teil unserer Unternehmens-DNA	35
2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen	36
2.3 Energieverbrauch: In Zukunft ist weniger mehr	40
2.4 Wasserverbrauch: Sorgsame Nutzung, kontinuierliche Reduktion	43
2.5 Abfall: Vermeidung mit Plan	44
2.6 Mobilität: Ein Unternehmen in Bewegung	46
2.7 Green IT: Digitalisierung mit Klimaschutzfaktor	48
2.8 Bienenhotels: Unser Herzensprojekt	50
3. PEOPLE – GELEBTE KULTUR: VIELFALT, OFFENHEIT, WERTSCHÄTZUNG	52
3.1 Beschäftigte in Zahlen: Wichtige Daten zu unserer wichtigsten Ressource	55
3.2 Employer Branding / Arbeitgebermarke: Bildungschancen, Benefits, Werteorientierung	59
3.3 Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65
3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69
4. PARTNERS – INTENSIVER DIALOG: GEMEINSAMER ERFOLG IN EINER BESSEREN WELT	74
4.1 Kundenorientierung: Belastbare Beziehungen dank nachhaltigem Commitment	77
4.2 Effiziente Arbeitsprozesse & Ressourcennutzung: Vorsprung durch Vernetzung	79
4.3 Beschaffung & Lieferkette: Neues Denken, klare Haltung	81
4.4 Compliance & Risikomanagement: In jedem Fall handlungsfähig	86
4.5 Impressionen aus unserer aktuellen Nachhaltigkeitskommunikation: Werben für die gute Sache	88
5. „CHAPEAU AN DAS GANZE TEAM“ – EIN PAAR WORTE ZUM SCHLUSS	90
GRI-Index	94
Impressum	98
Anhang	99

ÜBER DIESEN BERICHT

Liebe Leser*innen,

in dem Moment, in dem ich diese Zeilen schreibe, schauen wir auf eine sich rasant verändernde Welt. Wir stehen vor großen Herausforderungen – inmitten vieler Krisen.

Das ist bei Paragon nicht anders. Auch wir sind betroffen von massiv steigenden Energie- und Rohstoffkosten, Lieferkettenproblemen und weiteren Risiken.

Doch wir sehen auch die Chancen! Chancen, Dinge grundlegend zu verändern, vieles neu zu denken und vermeintlich Unveränderbares in Frage zu stellen.

Und wir stellen fest, wie wichtig das Thema Nachhaltigkeit gerade in diesen Zeiten ist. Hier konsequent Kurs zu halten und engagiert die Zukunft anzupacken, ist der Schlüssel für nachhaltigen ökonomischen Erfolg und die Lösung der großen ökologischen und sozialen Herausforderungen.

Nahezu ein Jahr ist nun seit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht vergangen – und es hat sich unglaublich viel getan bei Paragon!

Wir haben viele der Dinge umgesetzt, die wir uns vorgenommen haben, und Neues auf den Weg gebracht, um in engem Austausch mit unseren Stakeholdern Nachhaltigkeit in ihrer ganzen Breite im Unternehmen zu verankern. Sei es bei der Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen, der Umsetzung regulatorischer Vorgaben

oder auch bei der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber – um nur einige Beispiele zu nennen.

Inhaltlich ist auch der Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022 wieder gemäß dem Global Reporting Initiative (GRI) Standard im Einklang mit den 17 Nachhaltigkeitszielen der UN erstellt worden.

Der Bericht ist in 5 Kapitel gegliedert und orientiert sich weiterhin am Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, was wir als Paragon Gruppe mit „Planet“, „People“ und „Partners“ definieren.

Vielleicht werdet ihr feststellen, dass wir im Vergleich zum letzten Mal deutlich mehr Kennzahlen aufführen. Das ist ganz bewusst so, um unsere Aktivitäten noch stärker messbar und vergleichbar zu machen.

Auch die Highlights der einzelnen Bereiche haben wir explizit hervorgehoben, um auf einen Blick die Fortschritte und Besonderheiten des Berichtsjahres aufzuzeigen.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2021/2022 waren neben dem organisatorischen Aufbau des Bereichs Nachhaltigkeit die Planung erster konkreter Schritte auf dem Weg zur Klimaneutralität, die Schaffung eines „Diversity & Inclusion“-Teams oder auch die Umsetzung von verschiedenen regulatorischen Anforderungen wie dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

Ein großes Thema, das uns neben den definierten Kernpunkten massiv beschäftigt hat, ist der Bereich Energieverbrauch und -versorgung. Im Bericht informieren wir mehrfach über unsere Projekte rund um den Bereich Energiemanagement. Wie schon im vergangenen Jahr war auch die Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts geprägt von einer hervorragenden Mitarbeit vieler Kolleg*innen, die zum Gelingen beigetragen haben.

Allen voran unser Projektteam Nachhaltigkeit, das standortübergreifend und interdisziplinär wieder über sich hinausgewachsen ist. Vielen Dank an alle Beteiligten!

Euch, liebe Leser*innen, wünsche ich eine spannende Lektüre. Für euer Feedback stehe ich jederzeit gerne zur Verfügung!

Andreas

Andreas Keck
Head of Sustainability



Vorwort des Management Boards

„GRI 102-14 | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers“

So sperrig beschreiben die Standards der GRI (Global Reporting Initiative) die Funktion der Einleitung, die wir euch zu diesem, unserem zweiten Corporate Social Responsibility Report geben möchten. Dabei geht es doch um viel mehr als um eine formale Vorgabe zur Berichterstattung:

Es geht um die klare und bewusste Managemententscheidung, unsere Verantwortung wahrzunehmen – für ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen, die von unserer Organisation verursacht werden. Es gilt das Thema mit Priorität, Relevanz und persönlichem Engagement zu versehen. Für uns als Management, für unsere Organisation, für unsere Mitarbeiter*innen. Wir möchten verbindliche Ziele definieren und eine klare Haltung entwickeln. Und diese Haltung im Zusammenspiel aller Stakeholder entlang der Wertschöpfungs- und Lieferkette konsequent zur Geltung bringen.

Unsere SDGs (Sustainable Development Goals) mit dem Bekenntnis zu den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung sind mit „Planet“, „People“ und „Partners“ überschrieben. Wir arbeiten intensiv daran, diese Schlagwörter mit Leben zu füllen. Die Relevanz einer deutlichen Positionierung hat sich seit dem letzten Berichtszeitraum in der Gesellschaft, bei unseren Kunden und unseren Mitarbeiter*innen signifikant erhöht. Waren wir mit dem letzten Bericht und unseren einschlägigen Aktivitäten noch klarer Vorreiter für unsere und andere Branchen, ist nun vieles in Bewegung geraten. Unsere Kunden, die wir z. B. mit Ideen zur

Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks aktiv ansprechen mussten, kommen nun zunehmend proaktiv auf uns zu, um in einen detaillierten und kompetenten Austausch zu gehen. Nachhaltigkeit ist in allen kurz-, mittel- und langfristigen Überlegungen angekommen – und das ist gut so.

Die strategischen Ziele der Paragon haben zunächst nachhaltige ökonomische Aspekte mit profitabilem Wachstum und zufriedenen Kunden als Grundlage. Wir wollen etwa alle drei Jahre unseren Unternehmensumsatz verdoppeln, insbesondere aber die Profitabilität verbessern. Ökonomische Nachhaltigkeit ist also auch in den Finanz-KPIs ein Ziel. Wirtschaftliche Stabilität ist die Grundvoraussetzung für Investitionen in unsere Zukunft. In Zeiten von Inflation, Krieg, Pandemie, Rohstoffverknappung, Energiekosten und einem schwachen Konsumklima ist das eine Herausforderung, der wir uns bisher erfolgreich stellen. Höchstes Engagement unserer Mitarbeiter*innen und eine gute, belastbare Beziehung zu unseren Kunden ermöglichen das.

PEOPLE. Eines der Schlagwörter unserer strategischen Nachhaltigkeitsziele. Wir wollen die richtigen Menschen mit der richtigen Haltung. Wir haben im vergangenen Jahr unsere Führungskräfte-Workshops zur Entwicklung unserer kulturellen Werte fortgesetzt. Es ist und bleibt ein langer Weg, und nicht jede*r wird oder möchte diesen Weg beschreiten. Wir vertrauen aber auf die offene Kommunikation, die wir pflegen.

Alle Bereiche, die unsere Mitarbeiter*innen betreffen, sollen hinterfragt und nach Möglichkeit positiv beeinflusst werden. Die kulturellen Aspekte einer

offenen und wertschätzenden Kommunikation, die Botschaft hinter einem klaren Bekenntnis zur Diversität, organisatorische Maßnahmen wie die Förderung von Ideen und Arbeitssicherheit oder letztlich auch unser Image als Arbeitgeber, um neue Talente zu gewinnen: All das sind Bestandteile einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung.

Unsere **PARTNER** sind Kunden, Lieferanten und Technologiepartner. Der produktive Dialog mit allen Stakeholdern wird auch durch den Auf- und Ausbau unserer eigenen Nachhaltigkeitsorganisation gestützt. In der von uns verantworteten DACH-&-CEE-Region, aber auch in der gesamten Paragon Group. Es findet ein intensiver Austausch über Länder- und Divisionsgrenzen hinweg statt. Das Executive Board der Paragon Group steht für ein klares Bekenntnis zu unseren Zielen.

In der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten betrachten wir gemeinsam die Lieferketten und fordern Verpflichtungen ein – auch schon im Hinblick auf das ab 2023 gültige Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

Um unsere Ziele unter der Überschrift **PLANET** zu erreichen, messen wir konsequent unsere Emissionen, sorgen für den Ausgleich über Zertifikate und treiben die Reduzierung voran. Wir arbeiten nach dem Prinzip „Vermeiden – Reduzieren – Verwerten“. Unsere Produktionsabläufe sind umweltverträglich und ressourcenschonend angelegt und werden ständig kontrolliert und optimiert. Zum Beispiel trennen wir das Altpapier sortenrein und führen es wieder in den Recyclingkreislauf zurück.

Verbrauchtes Wasser wird durch Kreislaufsysteme wiederverwendet, um den Gesamtverbrauch und die Abwasserbelastung so gering wie möglich zu halten. Der Fokus auf Primärrohstoffeinsparung, intelligentes Energiemanagement und natürlich CO₂-Reduktion charakterisiert alle relevanten Prozesse.

Positives Feedback von außen ist eine große verstärkende Motivation für unser unternehmensweites Engagement. Im Berichtsjahr 2021/2022 wurden wir erstmalig mit dem internationalen Nachhaltigkeitsrating ECOVADIS in Silber ausgezeichnet. Die Zielsetzung für das Folgejahr konnte also nur sein: die Goldmedaille! Bereits im Herbst 2022 haben wir dieses Ziel erreicht – darauf sind wir stolz.

In Zeiten, in denen sich die Rahmenbedingungen rasant verändern, gibt es viele Risiken für unsere Geschäftsaktivitäten. Wir sind betroffen von inflationär steigenden Preisen, von der unsicheren Lage an den Beschaffungsmärkten und auch ganz unmittelbar vom Klimawandel, der den Anbau des für uns wichtigen Rohstoffs Holz herausfordernder macht.

Wie wertvoll die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen ist, hat uns zuletzt Corona gezeigt. Diese Pandemie ist aber auch ein gutes Beispiel dafür, wie wir Risiken als Chancen erkennen und nutzen. Der flächendeckende Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz hat uns vor viele neue Herausforderungen gestellt – und gleichzeitig Innovationen gefördert, wie zum Beispiel die standardmäßige Etablierung der ortsunabhängigen Zusammenarbeit über IT-gestützte Tools.

Was am Ende zählt, ist der richtige Spirit. Dazu gehören Mut, Neugier, Einsatzbereitschaft, die Entschlossenheit zu nachhaltigem Handeln und die Offenheit für eine stetige Veränderung der Geschäftsmodelle in Richtung Zukunftsfähigkeit. Das ist unser Selbstverständnis, und damit fühlen wir uns hervorragend aufgestellt für kommende Herausforderungen.

Wir sind stolz, mit unserem zweiten CSR-Report einen Einblick in unsere vielfältigen Aktivitäten zu geben, und freuen uns auf den Dialog mit euch!



v.l.n.r.: **Philippe Coquelet** (Chief Financial Officer), **Thomas Simon** (Chief Executive Officer), **Thomas Sperl** (Chief Technology Officer) und **Alexander Schäfer** (Chief Sales Officer)

Vorstellung des Nachhaltigkeitsteams

Der Startschuss für den zweiten Nachhaltigkeitsbericht der Paragon Customer Communications DACH & CEE fiel schon kurz nach der Veröffentlichung des ersten Berichts.

Ganz nach dem Motto „Nach dem Bericht ist vor dem Bericht“ traf sich das Team zu einem intensiven Workshop am Standort Korschenbroich. Die Ergebnisse findet ihr in diesem Nachhaltigkeitsbericht. Viele Aktionen und Maßnahmen aus allen drei Kernthemen „Planet“, „People“ und „Partners“ wurden diskutiert, geplant und in den letzten Monaten umgesetzt.

Das standortübergreifende Nachhaltigkeitsteam bekam dabei Unterstützung von vier weiteren Kolleg*innen: Mathias Gleixner als Beauftragter für Diversity & Inclusion treibt das Thema Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen voran. Constanze Beck bringt ihre Vertriebs- und Produktionskompetenz ein, Nils Koller hat das Thema Green IT auf der Uhr und Verena Eckl übernahm den Part Lieferanten/Einkauf von Nicole Lohaus. Denn Nicole konnten wir zum 1.7.2022 als hauptamtliche Sustainability Managerin zur Unterstützung von Andreas Keck für die Bewältigung der umfangreichen Aufgaben rund um das Thema Nachhaltigkeit gewinnen.

Mit jeder Menge Tatkraft, Teamspirit und Spaß haben die Kolleg*innen die Fakten und Berichte für diesen Nachhaltigkeitsreport zusammengetragen und übersichtlich formuliert. Der Fortschritt der

Themen hat uns gezeigt, dass Nachhaltigkeit sich auch immer mehr in den Köpfen unserer Mitarbeiter*innen festigt. Nur durch ihren Innovationsgeist, ihr technisches Know-how, ihr Engagement, die besten Produkte und Dienstleistungen zu liefern, und ihre gemeinsame Überzeugung, dass wir Klima und Umwelt schützen können und müssen,

wird Paragon als Ganzes zu einem immer nachhaltigeren Unternehmen.

Unser Engagement ist per definitionem langfristig angelegt. Deshalb gilt auch heute wieder: „Nach dem Bericht ist vor dem Bericht“!








v.r.n.l.: **Bettina Schlüter** (UNO INO | Beratung), **Silvia Hees** (Internal Auditor), **Mathias Gleixner** (Leader Order Management), **Andreas Keck** (Head of Sustainability & Business Development), **Thomas Simon** (CEO), **Kim Lara Slacek** (HR Business Partner), **Constanze Beck** (Product Owner Dialog Platforms), **Tomas Krohne** (Leiter Infrastruktur & Facilitymanagement & Environmental), **Katharina Rausch** (Bid & Contract Manager), **Nils Koller** (Team Leader Client IT), **Nicole Lohaus** (Sustainability Manager), **Sabine Jensch** (Senior Marketing Manager).

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Unsere Unternehmensstrategie ist geprägt von Wachstum und Profitabilität. Wir sind einer der führenden Dienstleister im Bereich Document Output und Direct Marketing und möchten diese **Position auf Basis unserer zufriedenen Kunden** ausbauen. Zeitgleich erweitern wir das Geschäftsfeld der Digitalisierung von Kundenkommunikation und unser Angebot an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

Mit unserer unternehmerischen Tätigkeit geht jedoch auch eine immer größere Verantwortung einher. In den letzten beiden Jahren haben wir das Thema Nachhaltigkeit und Verantwortung als wichtigen Pfeiler in unserer Strategie verankert. Verantwortungsvolles Wachstum mit Blick auf die sozialen und ökologischen Belange ist das Ziel, langfristige Partnerschaften sind hierfür ein wichtiges Fundament.

Die Verantwortung gegenüber Menschen, Gesellschaft und Umwelt ist fester Bestandteil unserer Unternehmenswerte. Wie wir diese auch in konkrete Maßnahmen umsetzen, zeigen wir in der Grafik und auf den folgenden Seiten.

Vision		Sustainably Connected – Smarter Communication				
Werte	 <p>Together</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Committed to collaboration ✓ Positively responding to our stakeholders' needs 	 <p>Inspiring</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Motivated by high performance ✓ Finding innovative ways to deliver 	 <p>Empowering</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Enabling our people to deliver ✓ Challenging what we already do 	 <p>Committed</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Delivering on our promises ✓ Holding ourselves and others accountable 	 <p>Responsible</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Driven to improve sustainability ✓ Determined to remove barriers to inclusivity 	
	<p>Wir agieren unternehmerisch. Qualität liegt uns am Herzen und wir streben nach Exzellenz in dem, was wir tun.</p> <p>Wir sind pragmatisch, lösungs- und kundenorientiert.</p> <p>In unserer täglichen Arbeit verbinden wir hohe Leistungsbereitschaft mit Spaß.</p>	<p>Neugier, Mut und Experimentierfreudigkeit ermöglichen uns Erfolg, auch mit unkonventionellen Lösungen.</p> <p>Einsatzbereitschaft und Verbindlichkeit haben einen hohen Stellenwert bei uns.</p> <p>Unsere Technik ist State-of-the-Art, unsere Arbeitsweisen und -plätze entsprechen den neuesten Standards.</p>	<p>Wir sorgen für eine Atmosphäre des Vertrauens, der Empathie und Wertschätzung.</p> <p>Wir hinterfragen uns ständig, sind offen und fördern die Entwicklung innovativer Ideen.</p> <p>Die Kompetenzentwicklung unserer Mitarbeitenden sichert unsere Zukunftsfähigkeit. Flexible Modelle sorgen für die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben.</p>	<p>Wir sind angetrieben von Leidenschaft für unser Geschäft, sind entscheidungsfreudig und übernehmen Verantwortung.</p> <p>Wir sind authentisch und sorgen für nachhaltiges und profitables Wirtschaften.</p> <p>Wir wollen ein attraktiver Arbeitgeber sein.</p>	<p>Die Menschen, die Gesellschaft und die Umwelt sind uns wichtig, deshalb handeln wir ressourcenschonend und nachhaltig.</p> <p>Diversität ist für uns ein wichtiger Erfolgsfaktor, Diskriminierung hat keinen Platz in unserem Unternehmen.</p>	
Wesentliche Themen	Kundenorientierung		Gesundheitsschutz	Arbeitgeberimage	Schutz von Umwelt und Natur	
Wichtigste Arbeitsfelder im Bereich NHK	<ul style="list-style-type: none"> - Ausbau nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen - Kooperationen - Nachhaltige Beschaffung 		<ul style="list-style-type: none"> - Ausbau von Mitarbeiter-Benefits - Familienfreundliche Maßnahmen ausbauen - Förderung von Diversität und Inklusion 		<ul style="list-style-type: none"> - Förderung von nachhaltiger Mobilität - CO₂-Messung und Reduktion - Green IT - Lean Production 	
<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau einer NHK-Organisation - Stakeholderkommunikation - Umsetzung der NHK-Regulatorik 						

Unsere „wesentlichen Themen“ spiegeln diesen Anspruch wider. Siehe dazu auch die detaillierte Auflistung in Kapitel 1.3 „Wesentlichkeitsanalyse und Stakeholderdialog“.

„**Mut**“, „**Neugier**“ und „**Einsatzbereitschaft**“ sind ebenfalls Teil unserer Werte. Und das bedeutet auch für diesen Nachhaltigkeitsbericht: Wir packen an, legen los und freuen uns besonders, dass wir zu allen Bereichen konkrete Ziele, Aktivitäten und Erreichtes zeigen können. Nachstehend ein Überblick und im Detail findet ihr diese in den Kapiteln PLANET, PEOPLE und PARTNERS.

Überblick über unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsziele und deren Status

Handlungsfeld	Zieltitel	Ziel	Termin bis	Geschäfts-jahr	Maßnahmen	Stand
Übergreifend	Nachhaltigkeitsorganisation	Eine stabile Nachhaltigkeitsorganisation etablieren	Jul 22	21/22	Benennung eines Head of Sustainability	Andreas Keck ist benannt
			Jul 22	21/22	Etablierung eines dezentralen interdisziplinären Teams	Team Sustainability ist etabliert und treibt die Themen voran
		Ausweitung der internationalen Zusammenarbeit in den verschiedenen Paragon Regionen	Jul 22	21/22	Durchführung weiterer gemeinsamer Nachhaltigkeitsinitiativen, Intensivierung der Abstimmung bei der Nachhaltigkeitsberichterstellung sowie bei Rating- und Zertifizierungsaktivitäten	Input Annual Report Paragon Group, EcoVadis Rating in allen Regionen, Jour fixe zum Erfahrungs- und Know-how-Austausch
			Dez 22	22/23	Erweiterung des Teams um einen Sustainability Manager	Stelle wurde zum 01.07.2022 besetzt
	Ratings und Zertifikate	UN Global Compact	Jul 22	21/22	UN Global Compact unterzeichnen	wurde zum 22.07.2022 unterzeichnet
	Ratings und Zertifikate	EcoVadis Rating 2021	Jul 22	21/22	EcoVadis Rating durchführen	Silber erreicht im 1. Jahr
		Verbesserung EcoVadis Rating 2022	Jul 23	22/23	EcoVadis Rating durchführen	
Messbarkeit	Kennzahlensystem entwickeln	Jul 23	22/23	Workshop im 1. Quartal 2023		
Regulatorik	Umsetzung der regulatorischen Anforderungen	ongoing		Check durch externe Zertifikate (EcoVadis etc.) und interne Audits		
Einkauf	Grundlagen für nachh. Beschaffung	Richtlinie für nachhaltige Beschaffung	Jul 22	21/22	Erstellung der Richtlinie für nachhaltige Beschaffung für Dach CC	Richtlinie veröffentlicht
		Verantwortliche benennen	Jul 22	21/22	Ernennung von Verantwortlichen im Einkauf	teilweise erreicht
	Wissensaufbau	80 % der Einkaufsmitarbeitenden in DE geschult	Dez 22	22/23	Schulung der Einkäufer*innen	
		80 % der Einkaufsmitarbeitenden in CZ/PL geschult	Jul 23	22/23	Schulung der Einkäufer*innen in CZ/PL	
	LKSG	Umsetzung LKSG für 10 % der Lieferanten	Jan 23	22/23	Lieferantenbefragung und Risikoanalyse für die Top 10 % der Lieferanten (ca. 80)	
		Jul 23	22/23	Auditplan erstellen und umsetzen: 100 % der Lieferanten mit Risiko hoch, jedoch mindestens 5 im GJ 22/23		
Kommunikation	Stakeholderkommunikation	Die Stakeholder über Nachhaltigkeitsaktivitäten informieren	Jul 22	21/22	Direct Mailing an Kunden und Lieferanten	erledigt
				Pressemeldungen, Fachbeiträge, Advertorials in der Fachpresse	erledigt	
				Social Media Postings auf LinkedIn, Facebook, XING, Twitter und Instagram	erledigt	
				Vorträge auf Fachmessen (DOXNET, OMR, K5, Fundraising, DDV)	erledigt	
				E-Mail/Aushang für Mitarbeiter sowie Postings in der Mitarbeiter-App „myParagon“	erledigt	
	Plakate zum Thema Energiesparen und Umweltpolitik	erledigt				
HR	Familienfreundliches Unternehmen	Zertifizierung für alle deutschen Standorte	Jul 22	21/22	Auszeichnung Schwandorf	erreicht im Juni 2022
			Jul 23	22/23	Auszeichnung anderer Standorte	
	Benefits	Richtlinie Sabbatical, Jobrad	Jul 23	22/23	Sabbatical-Richtlinie erarbeiten und ausrollen	
			Mrz 23	22/23	Jobrad einführen	Jobrad kommt zum 01.03.23
	Diversity & Inclusion	Awareness schaffen für das Thema „Diversity & Inclusion“	Jul 22	21/22	Unterzeichnung der Charta der Vielfalt	erreicht im Mai 2022
			Mai 22	21/22	Gründung eines standortübergreifenden Diversity & Inclusion Teams	erreicht im Mai 2022, erste Aktionen umgesetzt
					Unterstützung des Sponsorings des ersten CSDs in Neustadt an der Waldnaab	
		Jul 23	22/23	Bewusstseinsschulung für die Mitarbeiter		
	Unterstützung von Geflüchteten	Jul 22		spezielles Ausbildungsangebot für Geflüchtete	erreicht	

Handlungsfeld	Zieltitel	Ziel	Termin bis	Geschäfts-jahr	Maßnahmen	Stand
Mobilität	Fuhrpark	CO ₂ -Emissionen des Paragon Fuhrparks senken	Jul 22	21/22	Aktualisierung Richtlinien zur Fahrzeugbeschaffung	Ziel erreicht
		Erreichung des CO ₂ -Flottengrenzwerts der EU (115 gr CO ₂ /km nach WLTP)	Jul 23	22/23	Anpassung Fuhrparkrichtlinie mit klarem Fokus auf die Beschaffung klimafreundlicher Fahrzeuge	
	Ladeinfrastruktur	Aufbauen einer Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge und E-Bikes an allen deutschen Standorten	Jul 23	22/23	Machbarkeitsprüfung, Angebotseinholung, Umsetzung	Zwischenziel 21/22 erreicht: E-Bike-Stationen in Korschenbroich, Schwandorf und Weingarten in Betrieb, Ladesäulen für Elektrofahrzeuge in Schwandorf im Einsatz
	Mobilität der Zukunft	Erstellen eines übergreifenden Mobilitätskonzeptes für die Bereiche Mitarbeitermobilität, Fuhrpark und Geschäftsreisen	Jul 23	22/23	Team zur Erarbeitung definieren, Projekt starten, Freigabe und Umsetzung	
Kooperationen	Partnerschaften	Erste Partnerschaften schließen, um Synergien im Bereich Nachhaltigkeit zu erreichen	Jul 22	21/22	Unterstützerstatus im UN Global Compact, Unterzeichnung der Charta der Vielfalt, Beitritt zum „Energie- und Klimaschutznetzwerk der bayer. Papierverarbeiter“	Ziel erreicht
		Konzeptionserstellung „Kooperationen und Partnerschaften“	Jul 23	22/23	Einbettung in die Gesamtkonzeption „Business Development“	
Compliance	Umsetzung Regulatorik	Verhaltenskodex	Jul 22	21/22	Entwicklung und Einführung eines neuen Verhaltenskodex	entwickelt und intern veröffentlicht
			Jul 23	22/23	Schulung des Kodex	
		Absicherung und Umsetzung von Regulatorik und Maßnahmen	Jul 23	22/23	Entwicklung Auditplan für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsregulatorik und -maßnahmen	
Sales	Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen	Nachhaltigkeit als wichtigen Bestandteil in unsere Sales-Strategie integrieren	Jul 22	21/22	Bestandsaufnahme: Was haben wir bereits? Was benötigen wir? Projektteam „Nachhaltige Salesaktivitäten“ gründen, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen aktiv verkaufen	Bestandsaufnahme abgeschlossen; Projektteam etabliert; vertriebliche Aktivitäten insbesondere im Bereich „Klimaneutrale Kundenkommunikation“ und des neuen Produkts ecoMLR
			Jul 22	21/22	Definition KPIs und Umsatzziele	Bestandteil im Budget 21/22
			Jul 23	22/23	Konzeption erstellen	
Green IT		Erstellung eines Konzepts mit Zielen und KPIs, Definition konkreter erster Quick Wins	Jul 22	21/22		erste Quick Wins umgesetzt, Konzepterstellung zurückgestellt aufgrund der strategischen Entscheidung eines Outsourcings dieses Bereichs
Produktion	LeanProduction	Energieverbrauch an allen Standorten senken und ggf. selbst erzeugen	Jul 22	21/22	standortübergreifende Themen und Umsetzungstabelle in Teams zur effizienteren Nutzung und Einsparung Prüfung von Konzepten zur eigenen Energieerzeugung	Maßnahmen sind definiert, dokumentiert und bewertet und werden nun sukzessive umgesetzt
			Jul 23	22/23	Zertifizierungskonzept Energiemanagement für alle Standorte	
	CO ₂ -Management	Entwicklung einer Net-Zero-Strategie und Definition von Maßnahmen	ongoing		jährliche Erstellung CO ₂ -Bilanzen pro Standort	seit 2020 jährlich für alle Standorte
			Jul 23	22/23	Net-Zero-Plan erarbeiten	eigenes Projekt Transformationskonzept CO ₂ initiiert

1. UNTERNEHMEN – Unser
Versprechen: „SUSTAINABLY
CONNECTED. SMARTER
COMMUNICATION.“



1.1 Paragon DACH & CEE : Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation

Paragon Customer Communications DACH & CEE gehört zur international tätigen Paragon Gruppe, deren Schwerpunkte Kommunikation und Digitalisierung sind und die vier Geschäftsbereiche umfasst: Paragon Customer Communications, Paragon ID, Paragon Graphic Services und Paragon Office Services. Insgesamt sind mehr als 9.000 Mitarbeiter*innen in 20 Ländern bei Paragon beschäftigt.

An dieser Stelle möchten wir auch darauf hinweisen, dass die Kennzahlen, die innerhalb dieses Nachhaltigkeitsberichts genannt werden, den Standort Polen nicht mit einschließen.

Zur besseren Lesbarkeit bezeichnen wir uns im Weiteren als „Paragon“ anstatt als „Paragon Customer Communications DACH & CEE“.

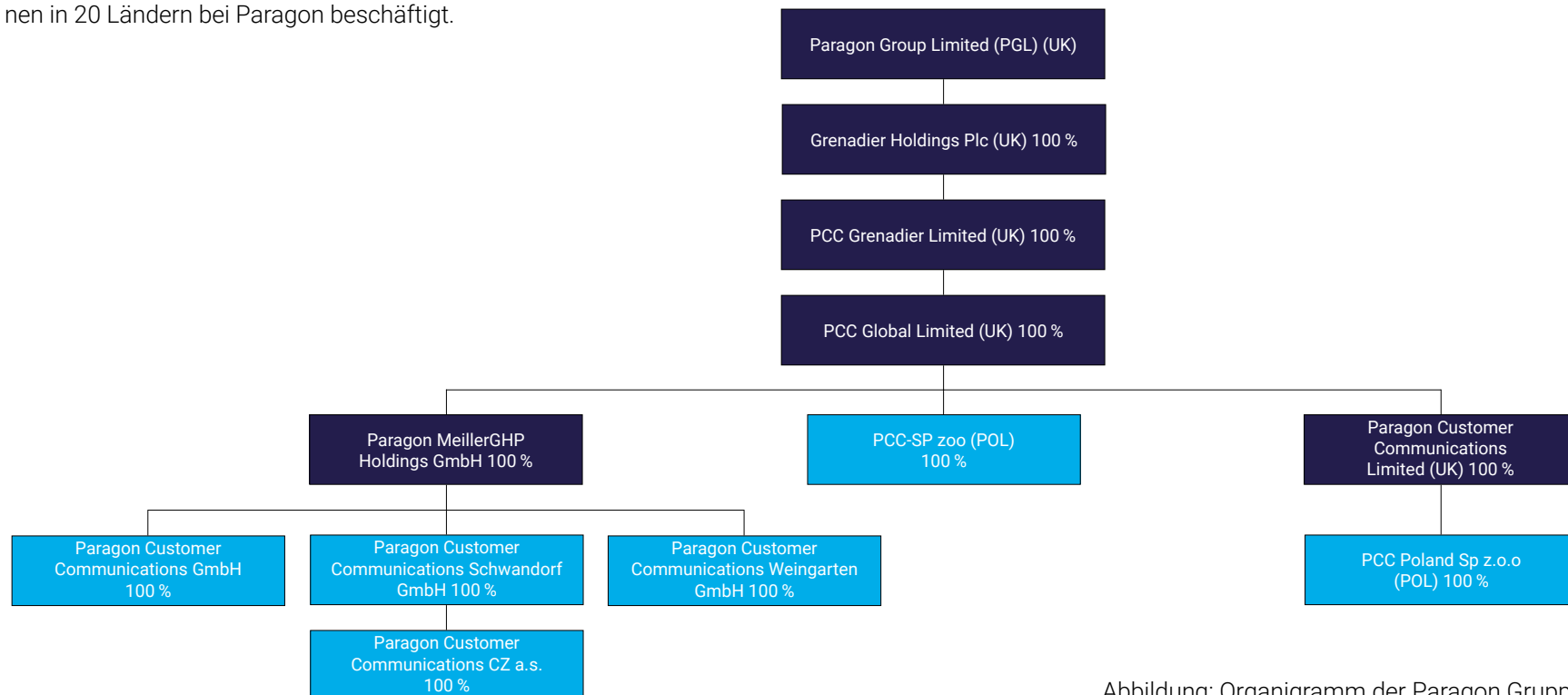


Abbildung: Organigramm der Paragon Gruppe

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

Die Paragon Gruppe gliedert sich in folgende Unternehmensbereiche:



I. PARAGON ID (ca. 7 % 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 durch Smart Labels und Smart Cards



II. PARAGON GRAPHIC SERVICES (ca. 7 % 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. 78 % vom Gruppenumsatz) ist der Spezialist rund um Kundenkommunikation. Wir bringen die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt auf dem gewünschten Kanal zu den Empfänger*innen.

- Customer Experience & Marketing
- Business Process & Transactional
- Digital Customer Experience



IV. PARAGON OFFICE SERVICES (8 % vom Gruppenumsatz)
Zu diesem neuen Geschäftsbereich gehört die Office Team Group (OTG), ein führender Anbieter von Büro- und Arbeitsplatzlösungen und Zubehör. Die Gruppe besteht aus Office Team, Office Team Wholesale, ZenOffice, Office Depot Irland und Spicers Irland.

Wir sind Paragon Customer Communications DACH & CEE

Als Teil der Division „Customer Communications“ erbringen wir an acht Standorten – davon fünf in Deutschland – mit 1.173 Mitarbeiter*innen Leistungen rund um eine optimierte Kundenkommunikation.

Im Geschäftsjahr 2021/2022 erwirtschaftete Paragon Customer Communications DACH & CEE einen Nettoumsatz von 170 Millionen Euro (ohne Portoumsatz).



1. Korschbroich

- 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

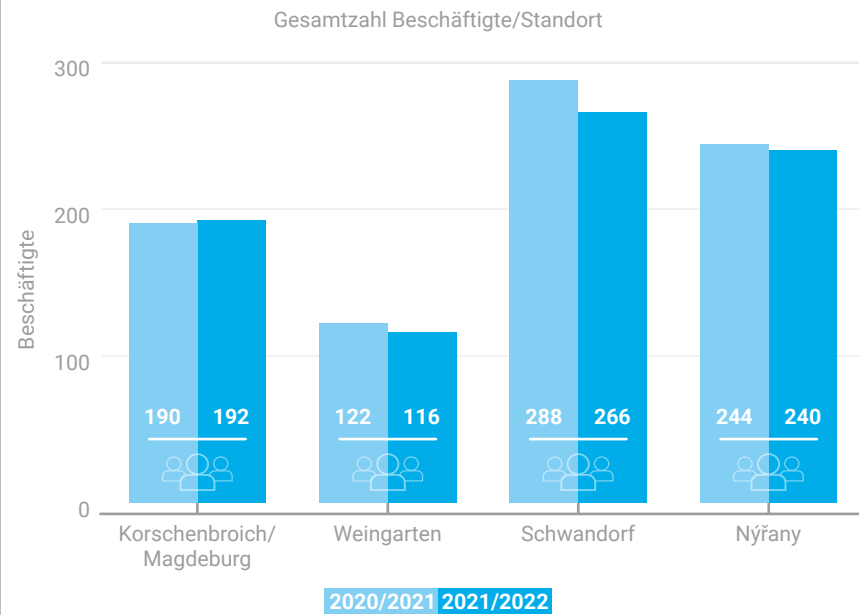
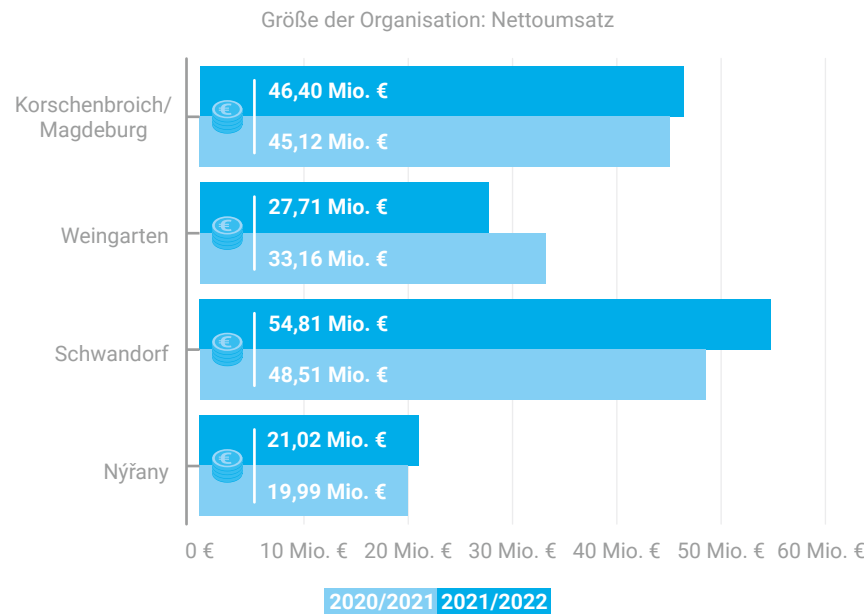


8. PL-Warsawa

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



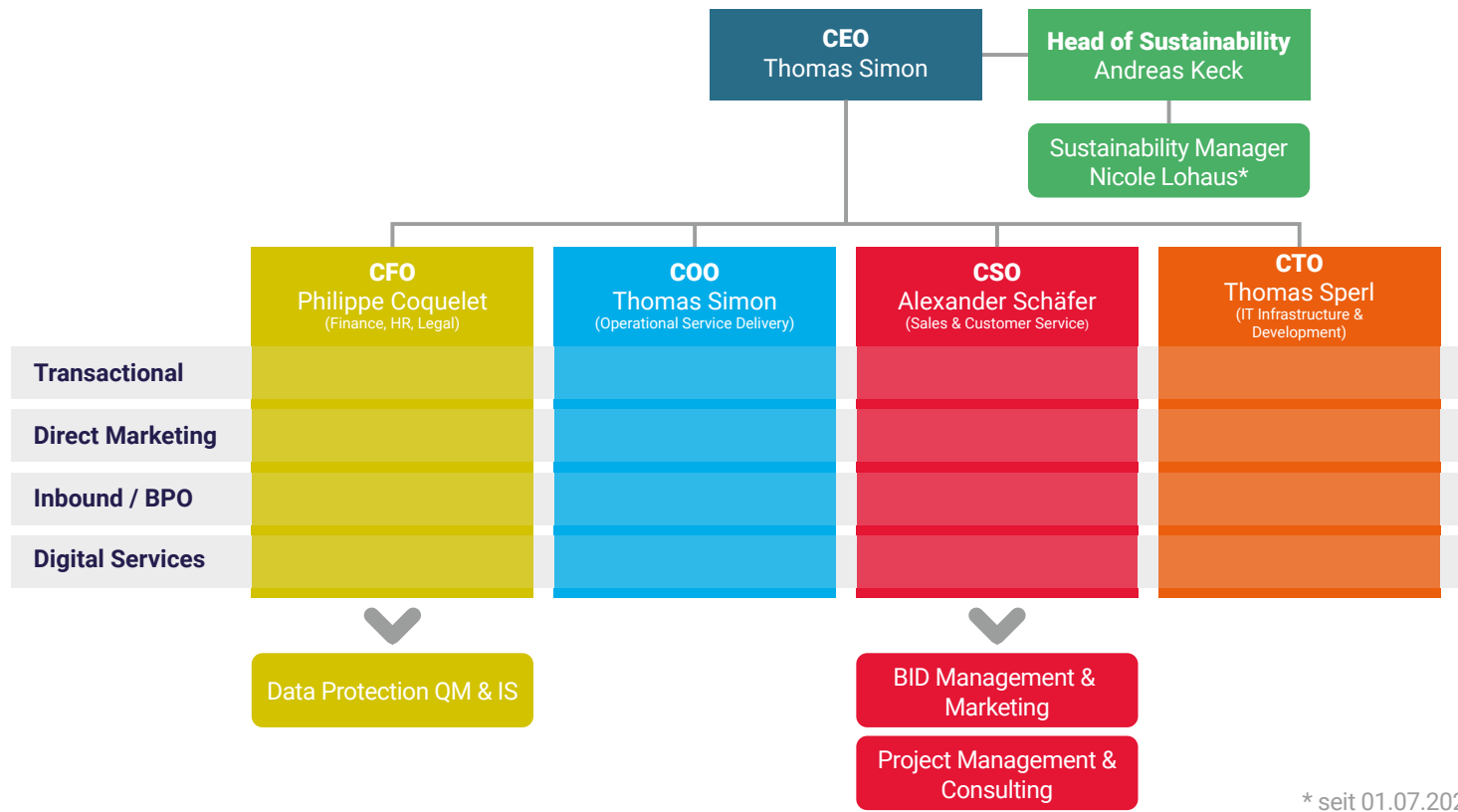
Daten und Fakten im Überblick:



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 seit dem Geschäftsjahr 2021/2022 eigenständig und direkt dem CEO unterstellt. Er umfasst den „Head of Sustainability“ und seit dem 1. Juli 2022 einen „Sustainability Manager“.

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 sind wir Marktführer in diesem Bereich. Eine Besonderheit ist dabei unser 4-Standorte-Konzept, das ermöglicht, empfangernah zu drucken und damit signifikant Porto, Transportwege und folglich CO₂ zu sparen. Zudem bieten wir digitale Formate, bei denen Empfänger*innen zwischen verschiedenen digitalen Zustelloptionen wählen können.

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



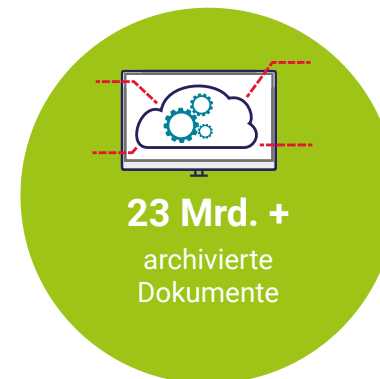
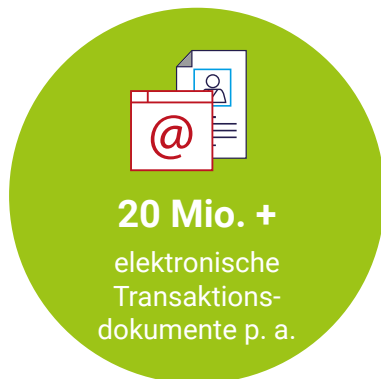
Digital Customer Experience

Der Bereich „Digital Customer Experience“ umfasst Services rund um die Konzeption und Anwendung von Data Analytics & Insights: Rechenzentrumsleistungen, intelligente Datenanalyse, Archivierung u. a. 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“)

Volumen der von uns angebotenen Produkte und Dienstleistungen auf einen Blick



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

Unsere Kunden

An unseren Standorten können wir mit der dort vorhandenen Expertise ein breites Spektrum namhafter Kunden unterschiedlichster Branchen und Sektoren bedienen:

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

Die Kundenbeziehungen zeichnen sich durch Partnerschaftlichkeit auf Augenhöhe aus und haben in vielen Fällen schon sehr lange Bestand.

Geografisch gesehen erstreckt sich die Auslieferung unserer Produkte und Erfüllung unserer Dienstleistungen 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 stets gewährleistet sind.

Ein großes Ziel im abgelaufenen Geschäftsjahr war, unseren Anspruch für vielfältiges Engagement im Bereich Nachhaltigkeit durch die Unterzeichnung der Charta der Vielfalt sowie die Unterstützung des UN Global Compacts zu verdeutlichen. Dies haben wir 21/22 erfolgreich umgesetzt. Auch über die Auszeichnung als „Familienfreundliches Unternehmen“ – beginnend mit dem Standort Schwandorf – sind wir sehr stolz.

Unsere Zertifikate und Mitgliedschaften

	Kerschenbroich	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	•	•	•	•	
Charta der Vielfalt	•	•	•	•	•
UN Global Compact Unterzeichner	•	•	•	•	•

UN Global Compact Unterzeichner

Paragon ist Unterzeichner des United Nations Global Compacts. Als Unterzeichner des United Nations Global Compacts verpflichten wir uns, unsere Tätigkeiten und Strategien an zehn universellen Prinzipien in den Bereichen Arbeits- und Menschenrechte, Umwelt und Korruptionsbekämpfung auszurichten und Maßnahmen zur Unterstützung der UN-Ziele zu ergreifen.

Wir nutzen die dort angebotenen Lernformate sowie Publikationen zu verschiedenen Themenbereichen, um Lösungsansätze zu erarbeiten. Mit der daran anschließenden Umsetzung von Maßnahmen bei Paragon leisten wir einen Beitrag zu einer gerechten und nachhaltigen Wirtschaft und zur Verwirklichung der globalen Vision des UN Global Compacts.



EcoVadis

Bei der Entwicklung und Durchführung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten setzen wir auf interne Steuerungs- und Kontrollmaßnahmen, die durch unser Managementsystem gestützt werden.

Unsere Aktivitäten möchten wir auch für externe Stakeholder transparent darstellen. Deshalb haben wir uns zu einer regelmäßigen Bewertung durch eine unabhängige Organisation entschlossen. Als internationale Plattform für Nachhaltigkeitsratings analysiert und bewertet EcoVadis nun unsere Aktivitäten in diesem Bereich.

Das EcoVadis Rating bewertet die wesentlichen Nachhaltigkeitsaktivitäten eines Unternehmens auf Grundlage dokumentierter Nachweise. Die Prüfmethode basiert auf internationalen Nachhaltigkeitsstandards und bündelt unter anderem die Anforderungen der Global Reporting Initiative, des Global Compact der Vereinten Nationen und der ISO 26000 in einer umfangreichen Erhebung. Paragon in Deutschland wurde nach erster Prüfung 2021 von EcoVadis mit der Silbermedaille ausgezeichnet! Bereits bei der zweiten Bewertung im Herbst 2022 führten die Verbesserungen zum Erreichen der Goldmedaille. Mit konkreten Maßnahmen wollen wir künftig noch stärker an der Erreichung hoher Nachhaltigkeitsstandards in den vier bewerteten Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung arbeiten.

Unsere Mitgliedschaften bei Verbänden und Interessengruppen

Der Austausch und das Networking sind uns wichtig. Daher sind wir 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.
- DOXNET e.V.



1.2 Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen: Intelligente Lösungen für globale Herausforderungen

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei unseren Kunden weiterhin sehr präsent und gewinnt immer mehr an Relevanz. Wir sehen das in den Anforderungen in Ausschreibungsverfahren oder auch in der Aufforderung an uns, entsprechende Nachweise, Zertifikate und Dokumentationen zur Verfügung zu stellen.

Verwendung nachhaltiger Rohstoffe

Das vergangene Geschäftsjahr war geprägt von einer nie dagewesenen Situation an den Rohstoffmärkten – insbesondere beim Papier. Knappe Verfügbarkeit kombiniert mit extremen Preissteigerungen verursachte eine äußerst herausfordernde Kommunikation mit unseren Kunden.

- Viele Papierfabriken stellen die Produktion von graphischem Papier auf Verpackungspapier um, da dies lukrativer ist.
- Altpapier ist doppelt so teuer, da es weniger verfügbar ist (Gründe: Rückgang Zeitungsproduktion, Export nach China aufgrund besserer Preise, Verarbeitung in Kartonagen und dadurch keine weitere Wiederverwendung möglich).
- Gestiegene Herstellkosten durch höhere Energie- und Gaspreise, steigende Transportkosten sowie steigende Preise für CO₂-Zertifikate.
- Auch der Krieg in der Ukraine hat weitreichende Folgen. Beide Länder liefern wichtige Rohstoffe für die Papierherstellung, wie Zellstoff, Holz und Stärke.

Umso wichtiger wird es in Zukunft werden, Rohstoffe noch mehr als heute schon aus nachhaltigen Kreislaufwirtschaften zu beziehen, in denen Materialien immer wieder recycelt und wiederverwendet werden beziehungsweise aus nachhaltiger Waldwirtschaft kommen.

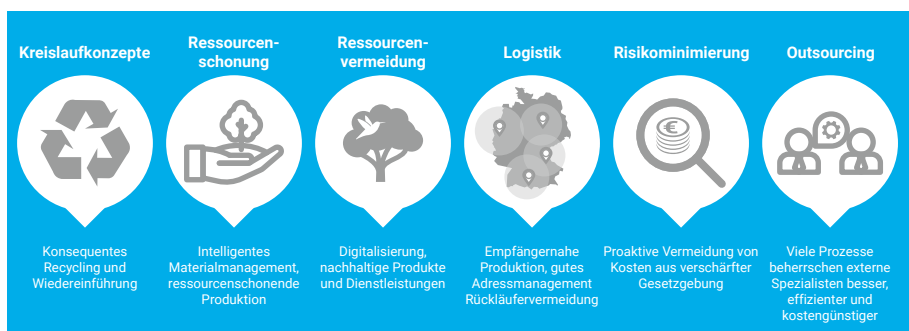
Wir begleiten unsere Kunden bei diesem wichtigen Thema intensiv und bieten auch weiterhin viele Lösungen an, bei denen die eingesetzten Papiere aus einer vollständig nachvollziehbaren und nachhaltigen Lieferkette stammen und mit entsprechenden Zertifikaten versehen sind.



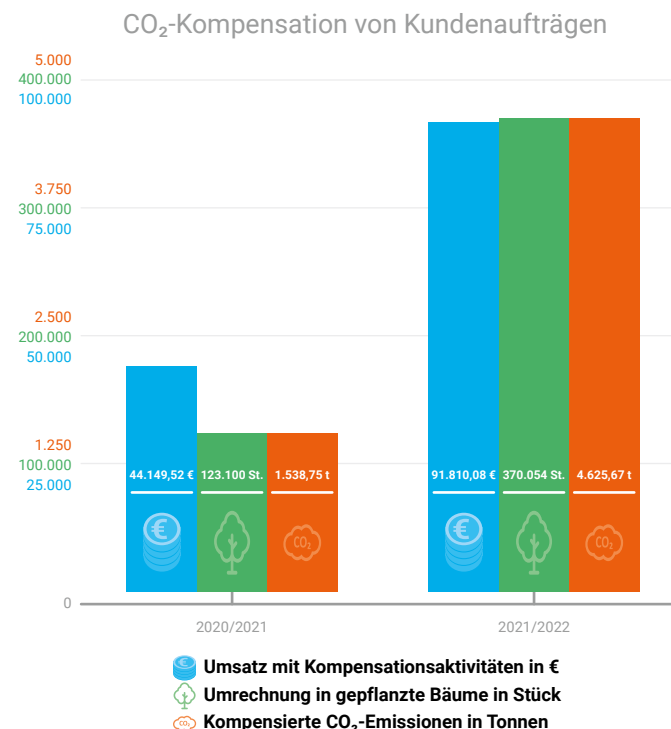
Klimaneutrale Produkte

Messen – Reduzieren – Kompensieren: Dies ist der Weg, den wir gemeinsam mit unseren Kunden gehen. Die Herausforderung ist klar: Nachhaltigkeit in der gesamten Prozesskette.

Gemeinsam versuchen wir, Potenziale zur Minimierung von Emissionen zu erarbeiten:



Viele Kunden legen weiterhin großen Wert darauf, dass alle nicht vermeidbaren Emissionen durch international anerkannte Kompensationsprojekte ausgeglichen werden und ihre Dokumente und Mailings somit klimaneutral produziert werden.



Neue nachhaltige Produkte und Dienstleistungen bei Paragon im Geschäftsjahr 2021/2022:

Im letzten Nachhaltigkeitsbericht wurden verschiedene nachhaltige Produkte und Dienstleistungen im Detail vorgestellt. Diese haben sich gut entwickelt, die Nachfrage seitens unserer Kunden ist weiterhin hoch – insbesondere im Bereich digitaler und hybrider Kommunikationslösungen.

Die Digitalisierung von Produkten und Prozessen in der Kundenkommunikation spielt also weiterhin eine sehr große Rolle. Nicht nur, weil digitale Lösungen oftmals nachhaltiger sind als manche physischen Produktions- und Versandprozesse, sondern auch im Kontext massiv steigender Rohstoff- und Energiepreise.

Paragon hat dazu ein neues Produkt entwickelt:



Mit smartLink ermöglichen wir unseren Kunden den Versand von Dokumenten per SMS, WhatsApp, E-Mail oder auch die Bereitstellung von Social-Media-Nachrichten. Auf Basis bestehender Datenströme selektieren wir in Frage kommende Dokumente und prüfen, ob zu der/dem Empfänger*in ein digitaler Ausgabekanal angewendet werden kann. Wenn die Kriterien erfüllt sind, werden die Dokumente nicht in den Druck überführt, sondern als PDF-Dokument in ein Kurzzeitarchiv übernommen und parallel der/die Empfänger*in informiert, dass ein Dokument zur Verfügung steht.

Die adressierte Person hat dann die Möglichkeit, das Dokument direkt über den integrierten und für sich personalisierten Link abzurufen. Es erfolgt keine physische Produktion und kein postalischer Versand.

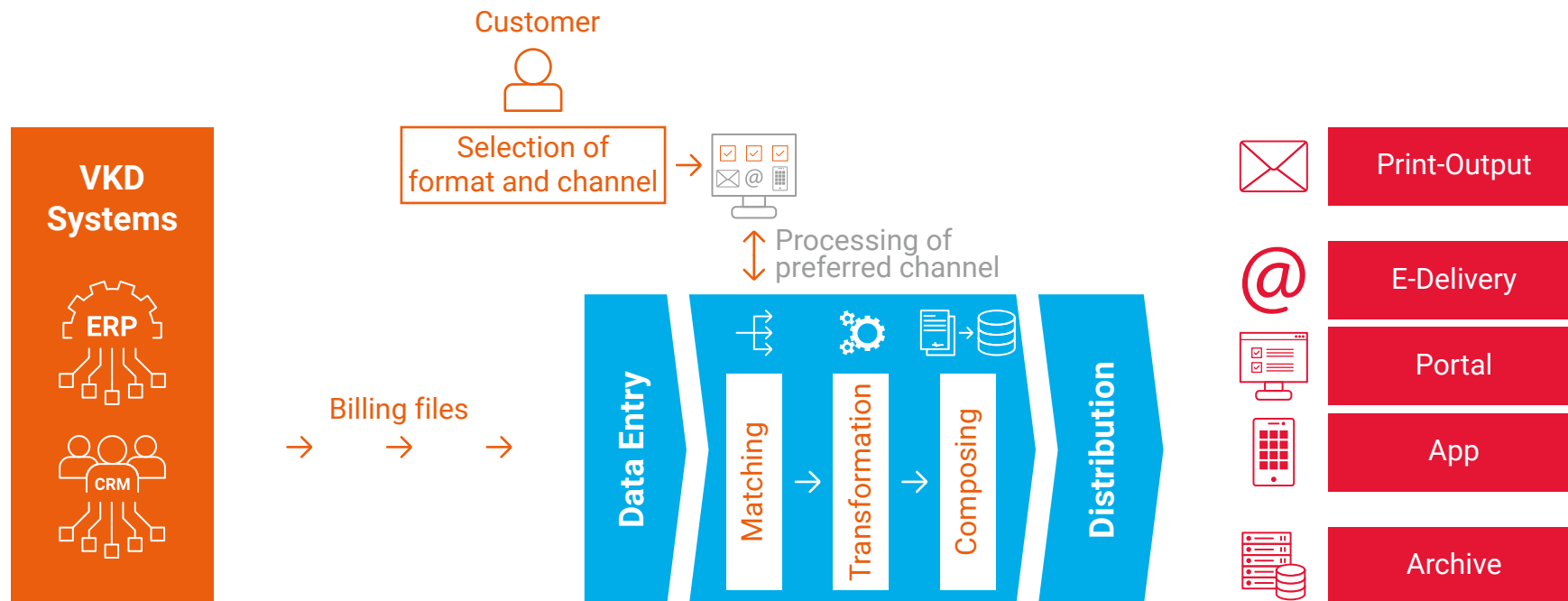
Je nach Dokumentenart und Merkmalen der Zustellung werden so digitale Abrufquoten von 30 % bis 60 % erreicht, wodurch neben der Kosteneffizienz und Effizienz der Zustellgeschwindigkeit ein wesentlicher Beitrag zur Nachhaltigkeit entsteht.

smartDelivery – Fallbeispiel Vereinfachte B2B-Kundenkommunikation

Unser langjähriger Kunde Vodafone äußerte schon vor einiger Zeit den Wunsch, physische Kundenrechnungen für seine B2B-Kunden auf die digitale Rechnungsstellung umzustellen, um auch dem Wunsch der Kunden nach zeitgemäßer Zustellung gerecht zu werden. Zudem sollten die Druck- und Portokosten gesenkt, Gesetzesänderungen berücksichtigt und eine größere Kontrolle sowie Effizienz der Kommunikationskanäle ermöglicht werden.

Paragon hatte die Lösung: Implementierung von smartDelivery für die B2B-Kunden von Vodafone:

- Übernahme und Verarbeitung von Daten und Rechnungsdateien und Zustellung über den gewünschten Kanal
- Verarbeitung und Verwaltung der Vodafone-Rechnungsdaten sowie der Kundenanmeldungen
- Anschließende Ausgabe der Rechnung über die App, das Portal, E-Delivery oder in gedruckter Form, während die Dateien digital archiviert werden



Nach der Umstellung der B2B-Kommunikation wurde auch im Bereich der B2C-Kommunikation die digitale Zustellungsquote per E-Mail optimiert. Hierzu werden die Eingangsdaten anhand der Kundennummer tagesaktuell gegen eine Matchingtabelle mit den vorhandenen E-Mail-Adressen abgeglichen. Daraufhin werden die Dokumente, wenn möglich, per E-Mail an die Vodafone-Kunden versendet, was zu einer erneuten, kontinuierlichen Porto- und Produktionskosteneinsparung führt und zur zusätzlichen Vermeidung unnötiger CO₂-Emissionen beiträgt.

Im Jahr 2021 erfüllte Paragon auch die gesetzlichen Anforderungen der öffentlichen Auftraggeber an Vodafone im Hinblick auf die Bereitstellung von E-Rechnungsdokumenten (ZUGFeRD und XRechnung) nach erfolgreicher Projektumsetzung. Auch diese Dokumente werden elektronisch an die Geschäftskunden zugestellt bzw. elektronisch an die entsprechenden Portale übermittelt.

Sichtbare Ergebnisse:
Portokosteneinsparungen über 3 Mio. Euro, Versand von 6.000.000 Dokumenten per E-Mail, bis zu zwei Tage schnellere Zustellung von Rechnungen.

Kundenstatement

„Als zuverlässiger Partner unterstützt Paragon die freenet Group seit Beginn der Zusammenarbeit aktiv bei der Erreichung unserer Konzernziele im Bereich der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes.“

Wir schätzen Paragon als professionellen Berater, der uns mit innovativen Ideen bei der Planung, Konzeption bis hin zur operativen Umsetzung, der anschließenden Auswertung und Nachverfolgung der Aktivitäten im Bereich der klimaneutralen Kundenkommunikation begleitet. Dabei stehen neben Digitalisierungsprojekten auch weitere Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung (Address-Services, empfangernahe Produktion über das 4-Standorte-Konzept etc.) und die Kompensation der nicht vermeidbaren Emissionen über ausgewählte Klimaschutzprojekte im Fokus.“

Thomas Reimann
Head of Billing and Backend, freenet Group

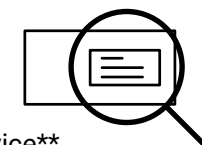
freenet CO₂-Einsparung und CO₂-Kompensation

CO₂-Einsparung

107.900 kg
durch Mehr-Standort-Produktion*



390 kg
durch Address-Service**



CO₂-Kompensation

363.245 kg
durch Klimaschutzprojekte




* Sendungsmenge gesamt: 12 Mio. (2021)

** durch Address-Service eingesparte Sendungsmenge: 43.000 (2021)

Besser für die Umwelt, besser für den Warenversand unserer Kunden: der einzigartige ecoMLR

Mit der Akquisition von „The Lettershop Group“ durch Paragon im Frühjahr 2022 ergibt sich eine große Chance, ein neues Produkt zu vermarkten, das zu unserem Portfolio passt, uns neue Märkte erschließt – und vor allem perfekt die Anforderungen der Kunden an nachhaltige, ressourcenschonende Produkte und Lösungen bedient: **der ecoMLR (ausgesprochen: ecomailer)**.

Niemand mag Plastikmüll. Gerade Verbraucher*innen fordern zunehmend nachhaltige, recyclingfähige Verpackungen. Deswegen hat „The Lettershop Group“ in Zusammenarbeit mit Henkel eine revolutionäre Versandtasche entwickelt, die genau diese Anforderung erfüllt.

Eine umweltfreundliche Alternative, die die herkömmliche Luftpolstertasche ziemlich alt aussehen lässt – und außerdem durch enorme Wirtschaftlichkeit und optimierte Versandeigenschaften überzeugt:



Vorteile und Eigenschaften auf einen Blick

**Kostengünstig**

Geringes Gewicht zur Senkung Ihrer Post- und Transportkosten

**Weniger Abfall**

Effizient mit weniger freiem Raum und weniger Abfall als mit Karton

**Sicher und geschützt**

Widerstandsfähig, stoß- und wasserfest mit sicherem Haftklebeverschluss

**Einfach zu recyceln**

Wird mit dem Haushaltspapier entsorgt

**Schonend für die Umwelt**

Das Kraftpapier besteht aus mindestens 75 % recyceltem Papier und ist FSC®-zertifiziert

**Wirtschaftliche Produktion**

Sehr hohe Auflagen können in kürzester Zeit produziert werden

**Reduzierte Verarbeitungskosten**

Schnelleres und einfacheres Verpacken der Waren

**Wiederverwendbar**

Produktvarianten mit doppeltem Haftklebestreifen können für die Rücksendung wiederverwendet werden



Der ecoMLR ist eine Verpackung auf Papierbasis. Er enthält ein Polstermaterial, das sich während des Recyclingprozesses leicht von der Verpackung trennen lässt. Der ecoMLR hat die Eigenschaften einer herkömmlichen gepolsterten Versandtasche – aber mit zukunftsweisenden Verbesserungen:

- **weniger Gewicht**
- **bessere Stoßfestigkeit**
- **maximale Ressourcenschonung**

Dank der EPIX®-Technologie von Henkel, die bei der Produktion zum Einsatz kommt, kann der ecoMLR in der Papiertonne entsorgt werden. Somit ist es möglich, mehr als 90 % des Zellstoffs zurückzugewinnen.

Die Herstellung des innovativen ecoMLRs erfolgt mit Hilfe eines effizienten Produktionsverfahrens, mit dem sehr hohe Auflagen in kürzester Zeit produziert werden.



Das Produkt ist (aktuell hauptsächlich in UK) eingeführt und bei ersten Großkunden erfolgreich.

Ziel für Paragon Customer Communications DACH & CEE ist es, den ecoMLR auch in unserer Region erfolgreich zu vermarkten und zu einem Leuchtturmprodukt für nachhaltiges

wachstum zu machen. Darüber hinaus ist geplant, dieses innovative Produkt auch an unseren Dialogmarketingstandorten in Frankreich und Deutschland zu fertigen und so eine ganz neue Produktlinie auf bestehender technischer Infrastruktur zu schaffen.



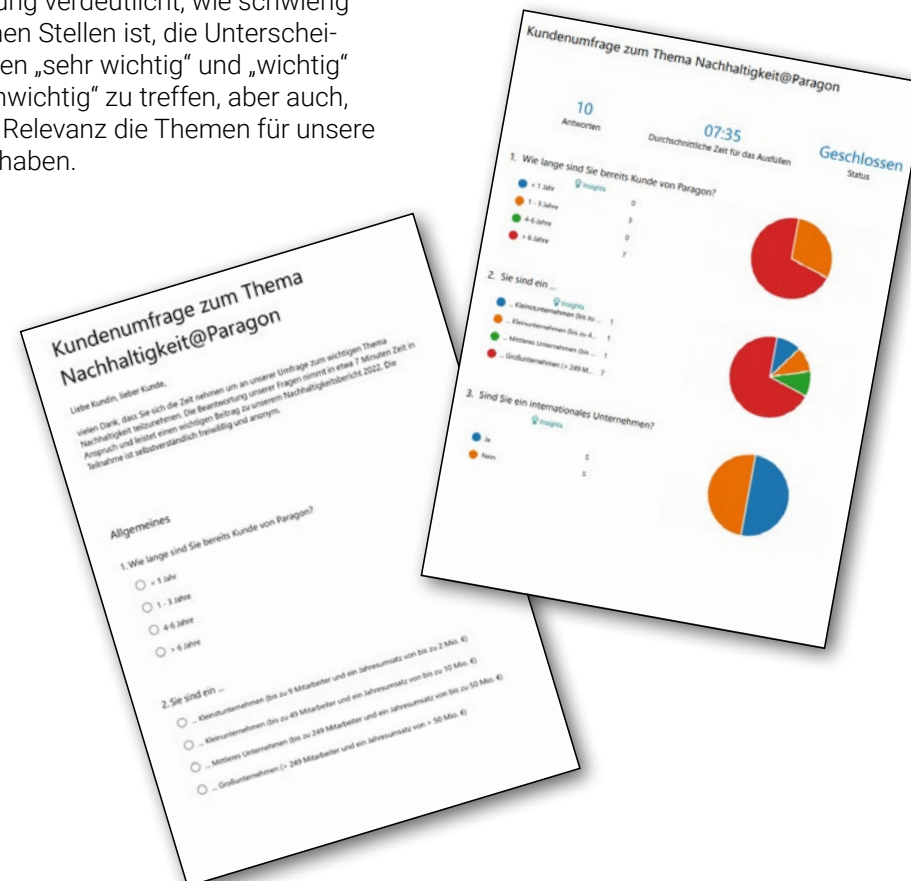
1.3 Wesentlichkeitsanalyse und Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen

Wir sind in stetem Austausch mit unseren wichtigen Stakeholdern. Das Thema Nachhaltigkeit ist dabei immer wieder Bestandteil von Gesprächen und auch von Anforderungen. Spürbar ist, wie dieses Thema die Menschen bewegt. Wir finden es wichtig, aus diesem großen Begriff Konkretes abzuleiten. Dabei hat uns die Abfrage und der Dialog mit den Stakeholdern sehr unterstützt. Was erwarten sie von uns?

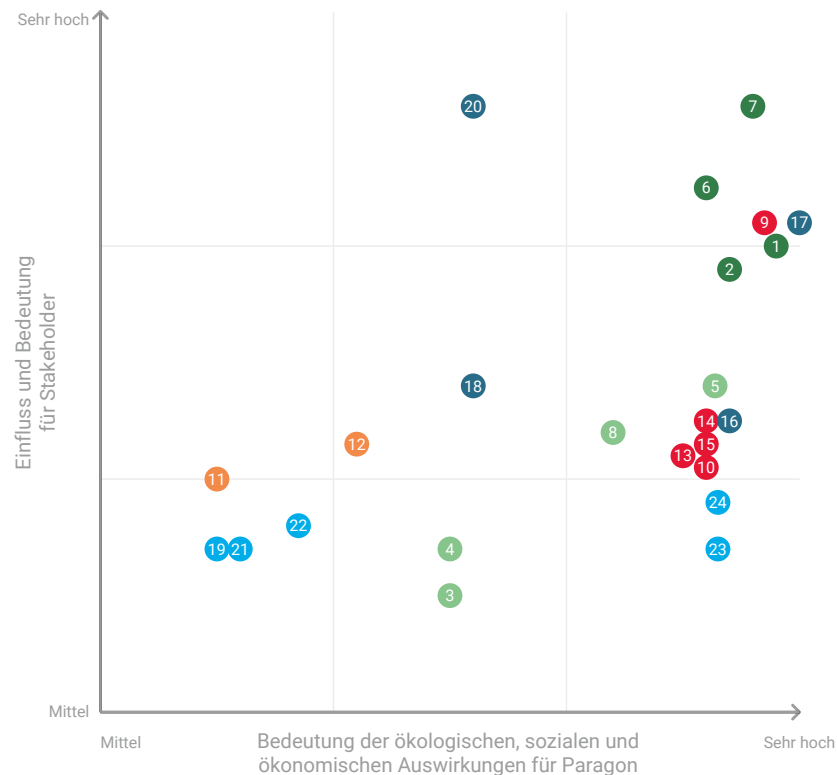
Was ist uns selbst wichtig? Und nicht zuletzt: Wo haben wir den größten Hebel als Paragon Customer Communications DACH & CEE? In welchen Bereichen können wir am meisten bewirken? Wir haben den Dialog dabei mit besonderem Augenmerk auf die Gruppen Mitarbeiter*innen, Kunden, Lieferanten, Management und Investoren gelegt und hier gezielt Interviews und Abfragen durchgeführt. Einen besonderen Stellenwert nimmt in diesem Jahr das Thema Energie ein: Zu Beginn des Geschäftsjahres, zum Zeitpunkt unserer Befragung, war das Thema von durchschnittlicher Bedeutung für unsere Stakeholder. Dies änderte sich im Februar. Durch den Krieg in der Ukraine erlangte das Thema große Bedeutung. Mit unseren Stakeholdern diskutieren wir seither die zusätzlichen Risiken und Chancen, die ökonomische, ökologische und soziale Ausprägungen haben. Schon vorher war dieses Thema unter dem Gesichtspunkt

„Schutz von Natur und Umwelt“ und „CO₂-Reduktion“ wesentlich, nun hat es einen eigenen Stellenwert bekommen.

Die Auswertung verdeutlicht, wie schwierig es an manchen Stellen ist, 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

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

Unsere wesentlichsten Themen

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

Auf Grundlage der Ergebnisse der Stakeholderbefragung und im Dialog mit dem Management Board 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. Arbeitgeber-
image (People)**



**3. Arbeitssicherheit
(People)**




**4. Kundenorientierung
(Partners)**

1.4 Die SDGs @Paragon: Verantwortung – auf den Punkt gebracht

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 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 die größten Wirkungsmöglichkeiten bei der Umsetzung der nachfolgend beschriebenen und erläuterten SDGs.



2. PLANET – Konkrete Visionen:
Schritt für Schritt in
Richtung Zukunft

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 die Installation weiterer 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 bewahren. Hierzu achten wir auf die nachhaltige Beschaffung unseres wichtigsten Rohstoffs Papier. Zudem bieten wir an unseren Standorten in Deutschland und Tschechien mit fair und regional produzierten Bienenhotels den für das ökologische Gleichgewicht wichtigen Wildbienen Unterschlupf.

Highlights aus dem Bereich PLANET



Ziel CO₂-neutral
bis 2045



CO₂-Reduktion
um > 10 %



Abfall-Reduktion
um > 5 %



PC & Notebooks:
Lebenszyklus + 33 %



Bienenhotels an
den Standorten

2.1 Schutz von Natur und Umwelt: Teil unserer Unternehmens-DNA



Der Klimawandel ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Umweltschutz und Nachhaltigkeit sind bei uns zentrale Themen, fester Bestandteil der Firmenphilosophie und werden aktiv gelebt. Stetig arbeiten wir daran, die Umweltbelastungen zu reduzieren. Unsere Produktionsabläufe sind umweltverträglich und ressourcenschonend angelegt und werden ständig kontrolliert und optimiert.

An verschiedenen Standorten sind wir nach dem Umweltmanagementsystem ISO 14001 und dem Energiemanagementsystem ISO 50001 zertifiziert, entwickeln diese stetig weiter und werden regelmäßig bewertet. Auch die bestehenden Paragon Umwelt-policy-Vorgaben unterstreichen die Wichtigkeit des Themas bei Paragon.

2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen

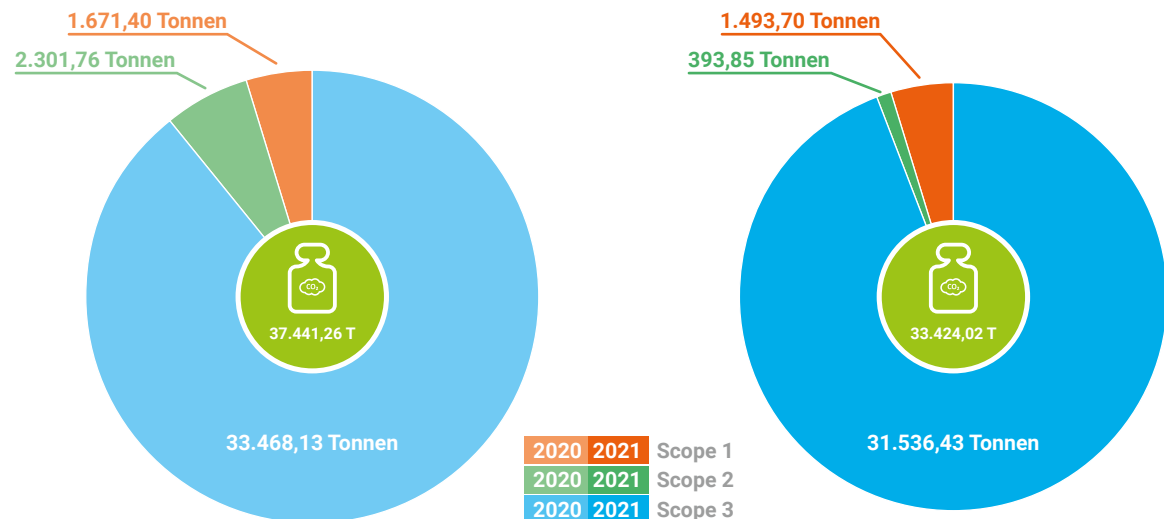
Im Pariser Klimaabkommen hat sich die Weltgemeinschaft darauf verständigt, die Erderwärmung auf höchstens 1,5 Grad zu begrenzen. Dabei rücken auch die Klimaschutzbemühungen der Unternehmen verstärkt in den Fokus. Vor allem müssen neben der Reduzierung der eigenen klimaschädlichen Emissionen die vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsketten stärker in den Blick genommen werden.

Wir als Paragon engagieren uns daher in allen Bereichen, um Emissionen zu reduzieren und unserer Verantwortung nachzukommen, und wollen dies in Zukunft noch verstärken. Unseren Kunden bieten wir zahlreiche Lösungen, mit denen wir sie bei ihren Zielen für den Klimaschutz unterstützen können.

Erstellung der CO₂e-Fußabdrücke unserer Standorte

Wir arbeiten in Kooperation mit Climate-Partner, einem der führenden Anbieter von Klimaschutzlösungen in Europa. Die Daten zur Erstellung des CO₂-Fußabdrucks wurden für alle Standorte kalenderjahresbezogen ermittelt und in einer entsprechend geprüften und zertifizierten Klimabilanz ausgewiesen. Basis hierfür ist das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), das international als der verbreitetste Standard zur Dokumentation von Treibhausgasemissionen gilt.

THG-Emissionen alle Scopes

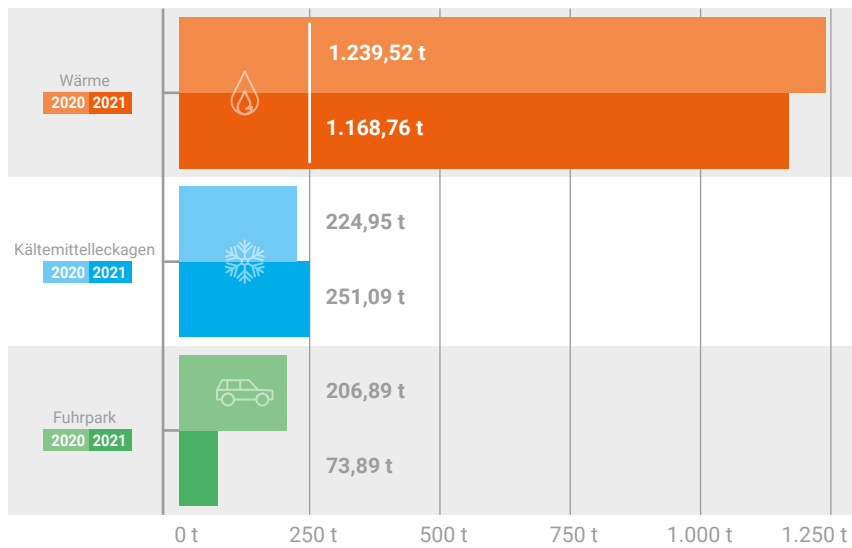


Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021.
Im Bericht des Jahres 2020 wurde durch einen Berechnungsfehler eine Gesamtmenge von 62.482,9 CO₂e ausgewiesen.

Die Erfassung von Emissionsquellen erfolgt hier nach Scope 1, Scope 2 und Scope 3:

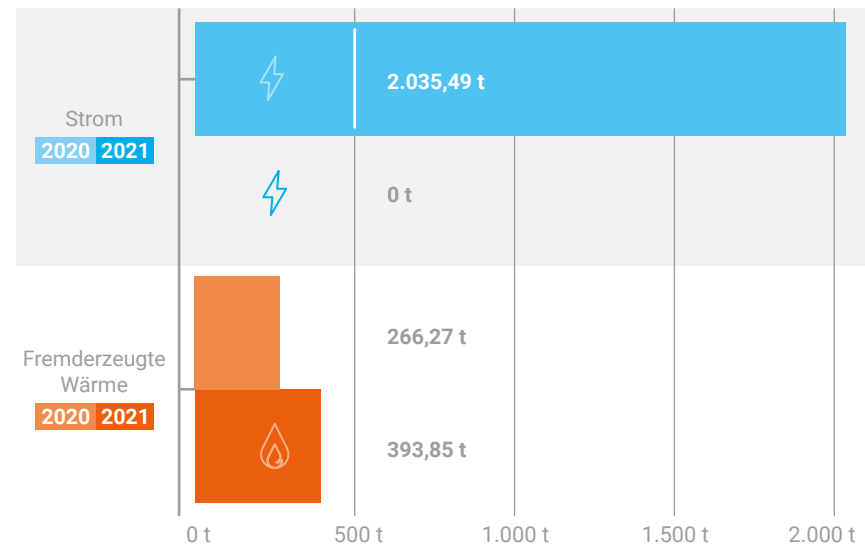
- Scope 1 definiert alle direkten Emissionen (z. B. durch den Fuhrpark)
- Scope 2 umfasst indirekte Emissionen durch zugekaufte Energie (z. B. den Stromverbrauch)
- Scope 3 bezieht sich auf alle Emissionen, die indirekt durch die Unternehmensaktivität entlang der Wertschöpfungskette entstehen (z. B. Rohstoffe, Logistik, Geschäftsreisen, Anfahrt der Mitarbeitenden). Scope-3-Emissionen bilden den größten Posten des Gesamtfußabdrucks.

Direkte THG-Emissionen Scope 1



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

Indirekte THG-Emissionen Scope 2

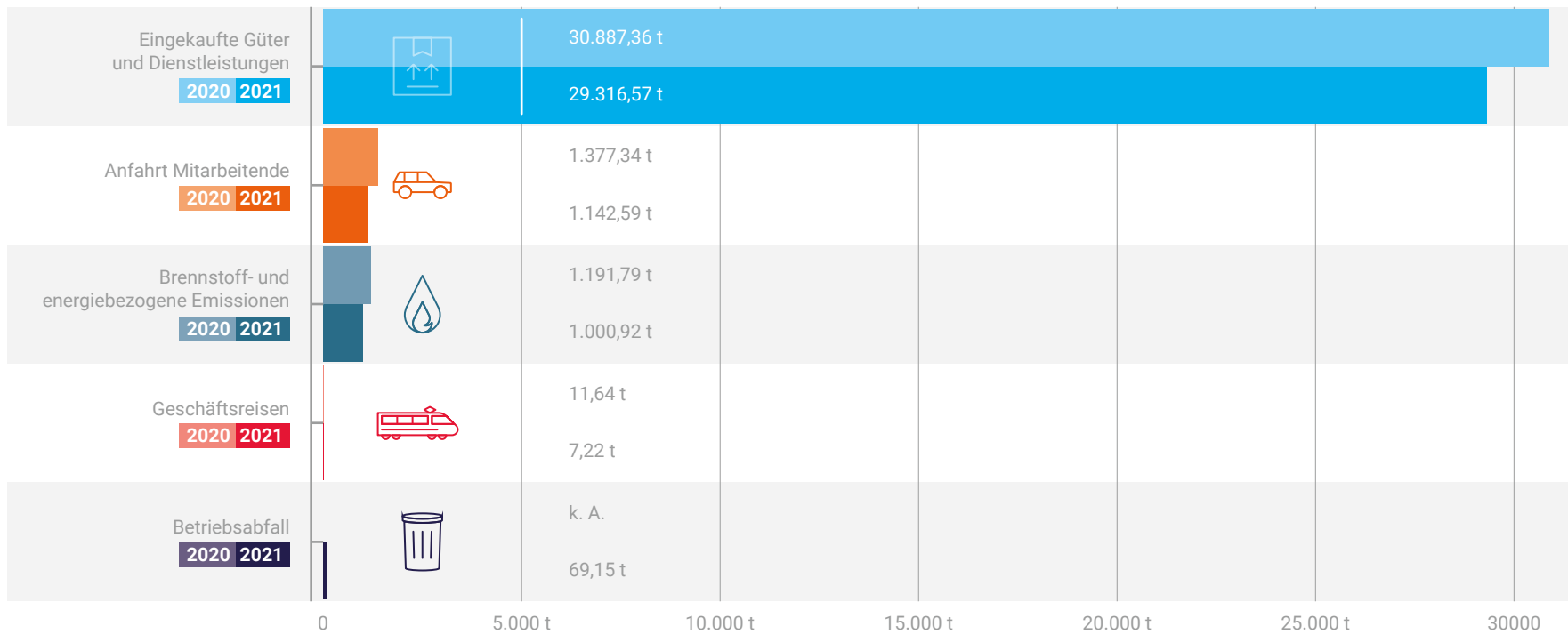


Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

Die 2020 durch die Geschäftsaktivitäten von Paragon verursachten Emissionen in Höhe von insgesamt 37.441,26 Tonnen CO₂e konnten im Jahr 2021 auf 33.424,02 Tonnen CO₂e reduziert werden.

Davon sind 1.493,70 Tonnen CO₂e (4,47 %) direkte Emissionen (Scope 1), 393,85 Tonnen CO₂e (1,18 %) entfallen auf indirekte Emissionen durch leitungsgebundene Energie (Scope 2) und 31.536,43 Tonnen CO₂e (94,35 %) wurden durch andere indirekte Emissionen (Scope 3) verursacht.

Sonstige indirekte THG-Emissionen Scope 3



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

CO₂-Management: Reduzierung und Vermeidung von Emissionen

Die ersten Maßnahmen, die wir auf Basis der ermittelten Emissionen durchgeführt haben, zeigen bereits ihre Wirkung. Wir konnten innerhalb eines Jahres die Emissionen für alle Scopes verbessern. Der Fokus lag hierbei in erster Linie bei den direkt von uns verursachten Emissionen in Scope 1 und der zugekauften Energie in Scope 2. Hier können wir als Unternehmen durch eigene Prozessverbesserungen direkt Einfluss nehmen. Ein großes Potenzial besteht für uns als produzierendes Unternehmen darüber hinaus bei Scope 3, insbesondere durch die zugekauften Materialien.

Während wir bei Scope 2 bereits durch die Umstellung auf Ökostrom geringe CO₂-Emissionen verzeichnen, ist in Scope 1 Wärme der große Treiber.

Im Jahr 2021 haben wir ein groß angelegtes Projekt zur Steigerung der Energieeffizienz gestartet. Nach ausgiebigen Potenzialanalysen in den Bereichen Beschaffung, Erzeugung und Management von Energie wurden, wie unten zu sehen, bereits erste Maßnahmen angestoßen. Der Stromverbrauch konnte von 2020 auf 2021 um insgesamt 3,74 % verringert werden.

Die in Scope 3 betrachteten Emissionen entstehen in der vor- oder nachgelagerten Wertschöpfung, d. h., sie werden nicht von uns direkt erzeugt. Bei unseren Partnern und Lieferanten haben wir daher den Fokus verstärkt auf den Faktor Nachhaltigkeit gelegt und bereits entsprechende Bewertungen vorgenommen.

Die detaillierten Auflistungen unserer CO₂-Emissionen pro Standort und Scope finden Sie auch im Anhang des Nachhaltigkeitsberichts.

Transformationskonzept „Carbon Net Zero“ – Unser Weg zur Klimaneutralität

Um das Ziel der Klimaneutralität zu erreichen, haben wir ein eigenes Projekt initiiert.

Zielsetzung:

Paragon plant die Erstellung eines Transformationskonzeptes für die langfristige Reduktion der Treibhausgasemissionen (THG). Wir haben uns ein Reduktionsziel vorgenommen, das langfristig – bis 2045 – die Klimaneutralität des Unternehmens ermöglichen soll. Mindestziel ist eine THG-Reduktion von 40 % in den Scope-1- und Scope-2-Emissionen im Vergleich zum heutigen Ist-Zustand innerhalb der nächsten zehn Jahre. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert.

Umsetzung:

1. Erarbeitung einer „Carbon Net Zero“-Strategie für Paragon und die Verankerung des Transformationskonzeptes in der Gesamtstrategie, um nachhaltig und langfristig die formulierten Reduktionsziele zu erreichen
2. Umsetzungsprojekt am Pilotstandort Korschenbroich

Am Beispiel Korschenbroich werden Maßnahmen für die Zielerreichung geplant und konkrete Einsparkonzepte auf den Weg gebracht.

Geplant sind zudem eine Prüfung der Klimabilanz (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol, Verbrauchsmessungen der Anlagen und Prozesse, Erstellung einer Wesentlichkeitsanalyse sowie notwendiger Energieeffizienzanalysen mit entsprechender übergreifender Dokumentation aller Arbeitsschritte.

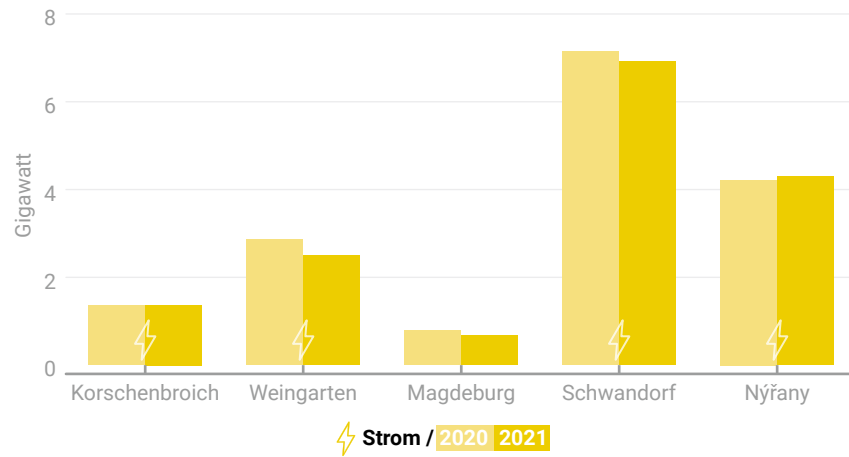
Für die Erstellung des geplanten Transformationskonzeptes wird uns sowohl eine Energieberatung als auch eine Unternehmensberatung mit dem Fokus auf CO₂-Management unterstützen.

2.3 Energieverbrauch: In Zukunft ist weniger mehr

Der Krieg in der Ukraine stellt Europa in Sachen Energie vor neue Herausforderungen. Strom und Wärme stehen nicht mehr selbstverständlich und grenzenlos zur Verfügung und dementsprechend steigen auch die Preise. Neben der Umstellung auf Ökostrom wird bei Paragon auch der Energieverbrauch verstärkt unter die Lupe genommen. Ein standortübergreifendes Projektteam, das sich aus den Verantwortlichen der jeweiligen Produktionsbereiche bildet, hat bereits die größten Energie-Einsparpotenziale ermittelt und einen umfassenden Maßnahmenkatalog erstellt.

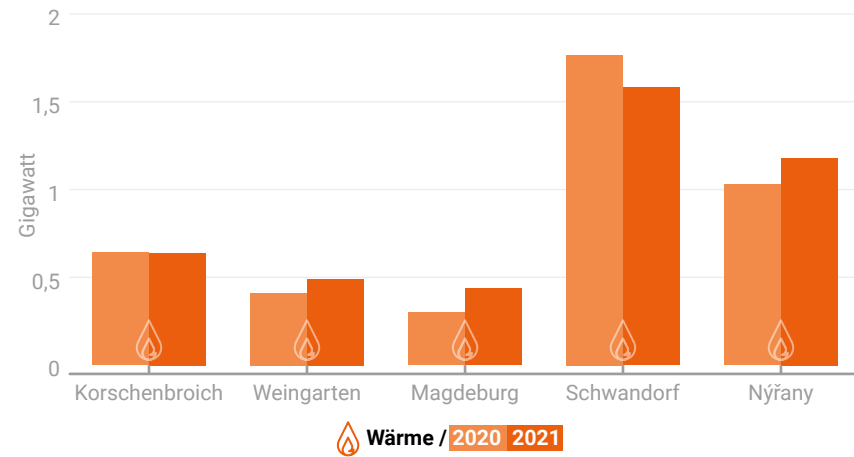
Diese Maßnahmen werden aktuell auf Machbarkeit und Investitionskosten geprüft und zur Umsetzung priorisiert. Einige davon wurden bereits umgesetzt und zeigen erste Ergebnisse. Hier ist insbesondere die Umstellung des Lichtkonzepts auf Bewegungsmelder und LED in Produktion, Verwaltung und Teilen der Außenanlagen an allen Standorten zu nennen. Das größte Potenzial für einen nachhaltigen Energieverbrauch sehen wir darin, die benötigte Energie ökologisch und emissionsfrei selbst zu erzeugen, indem wir unsere Standorte mit PV-Anlagen ausstatten. Erste Gespräche mit Dienstleistern fanden bereits statt. Weitere Gespräche und Machbarkeitsanalysen sind in Planung.

Energieverbrauch innerhalb der Organisation (GRI): Strom



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

Energieverbrauch innerhalb der Organisation (GRI): Wärme



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

Die Grafik zeigt den Energieverbrauch im Jahr 2020 und 2021 im direkten Vergleich. Die wesentlichen Verbräuche entstehen bei Druck, Verarbeitung und Kuvertierung sowie bei der Kälteerzeugung im Rechenzentrum. Unsere Standorte in Schwandorf und Nýřany verzeichnen mit ihren umfangreichen Produktionsanlagen den größten Energieverbrauch. Unser kleinster Standort in Magdeburg hingegen verbraucht am wenigsten Energie.

Maßnahmen zur Energieeinsparung



Die Umstellung der Leuchtmittel von Leuchtstoffröhren auf LED ist weiter vorangeschritten, so dass der Anteil an energieeffizienten LED-Leuchten mittlerweile bei ca. 50 % in Magdeburg und über 95 % in Schwandorf, Nýřany und Weingarten liegt. Auch an unserem Standort in Korschenbroich ist ein entsprechender Austausch in Planung.

An unserem energieintensivsten Standort in Schwandorf wurde in zwei neue Intro-Trockner für die Finishinglinien und eine Optimierung der Lüftungsanlage investiert.

Aufgrund der daraus resultierenden Einsparungen wurden 2022 Trocknungsanlagen für zwei weitere Finishinglinien angeschafft. Der Verbrauch kann damit von über 300 kW/h auf 104 kW/h gesenkt werden, was bei einer Annahme von 3.500 Produktionsstunden im Jahr einer Gesamtersparnis von 686.000 kW entspricht. Auch ein weiterer Teil der Lüftungsanlage in der Produktion wurde erneuert. Hierdurch lässt sich eine Ersparnis von ca. 148.000 kW im Jahr erreichen.

Eine weitere Investition am Schwandorfer Standort war die Implementierung eines Systems zum Management der Lastspitzen. Durch dessen Einsatz reduziert sich die Spitzenbelastung im Netz und ein gleichbleibender Energiebezug ist gewährleistet.

In Nýřany konnte durch eine optimierte Maschinenauslastung der relative Energieverbrauch gemessen an 1 Mio. produzierten Einheiten um ca. 16 % (von 3.470 kW/h auf 2.930 kW/h) reduziert werden. Dies gelang, indem die energieintensiven Vakuum- und Druckluftunterstützungstechnologien für mehrere Maschinen gleichzeitig eingesetzt wurden.

Potenzialanalyse „Energiemanagement bei Paragon“

Im Zuge der massiven Kostensteigerungen einerseits und der Anforderung, in den nächsten Jahren deutlich CO₂-Emissionen zu reduzieren andererseits, haben wir uns entschlossen, das Potenzial zu analysieren, das im Bereich Energie bei Paragon steckt.

Wir haben uns dazu Unterstützung von externen Energieexperten geholt und ein standortübergreifendes Projekt von März bis Mai 2022 aufgesetzt. Folgende Bereiche wurden analysiert und mit Handlungsempfehlungen versehen:

1. „Energie- und Ressourceneffizienz“

Hier wurden, auch auf Basis bestehender Energieberichte aus der DIN ISO 50001 am Standort Schwandorf, der Energieverbräuche verschiedener Produktionsstätten und bereits gesammelter Ideen aus den Continuous-Improvement-Programmen, verschiedenste Ziele und Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und zur Reduzierung von Verbräuchen erarbeitet. Diese werden nun Schritt für Schritt umgesetzt, wo dies möglich ist.

Das Ganze wird auch eine wichtige Grundlage für das geplante „Carbon Net Zero“-Transformationskonzept sein (siehe Seite 39).

2. „Energiebeschaffung/Energieerzeugung“

Schon heute bezieht Paragon den überwiegenden Teil des Energiebedarfs aus erneuerbaren Energien.

Wir wollen hier aber noch tiefer einsteigen:

- Welche Einkaufsoptionen gibt es in der Zukunft, um intelligent Energie einzukaufen? (Beispiel: „Vollversorger“ versus „Trancheneinkauf“)
- Wo können wir Teile unserer Energie selbst oder mit Partnern erzeugen? (Beispiel: Photovoltaik)

Hierzu wurden verschiedene Handlungsoptionen erarbeitet, die aktuell und in den nächsten Monaten auf eine sinnvolle Umsetzbarkeit geprüft werden.

3. „Regulatorik und Fördermöglichkeiten – Innovationen möglich machen“

Viele der erarbeiteten Ideen ziehen zwangsläufig größere Investitionen nach sich. Deshalb haben wir uns gefragt, wo die „Energierese“ in Zukunft hingehen wird:

- Welche gesetzlichen Vorgaben, welche regulatorischen Anforderungen werden kommen? (Beispiel: CO₂-Zertifikate, Umgang mit fossilen Energieformen, Taxonomie usw.)
- Welche Möglichkeiten der öffentlichen Förderungen gibt es? (Beispiel: für Maßnahmen der Energie- und Ressourceneffizienz)
- Welche Innovationen könnten durchdacht werden, wo kann unser energieintensives Geschäftsmodell weiter optimiert werden? Und wie gelingt es, mit noch mehr „nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen“ immer mehr Ressourcen einzusparen?

Das Thema Energie in all seinen Facetten und das damit unmittelbar zusammenhängende Thema Emissionen wird uns noch viele Jahre intensiv beschäftigen – wir werden es konsequent und nachhaltig im Fokus behalten!

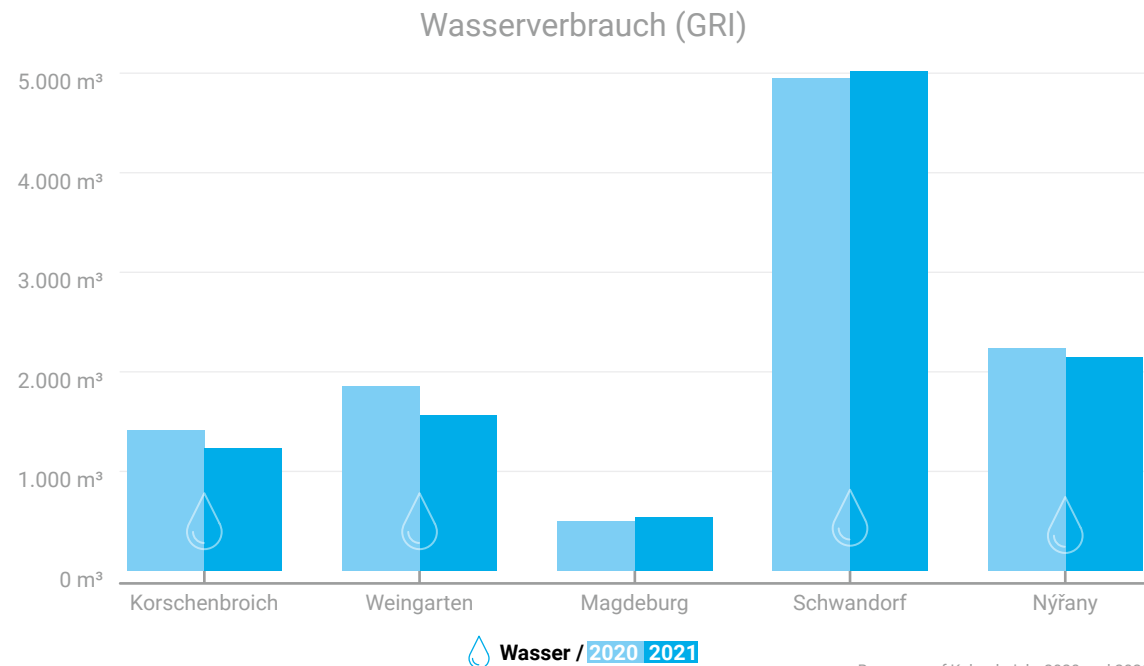
2.4 Wasserverbrauch: Sorgsame Nutzung, kontinuierliche Reduktion

Verschärft durch den Klimawandel stellen Dürren und Wasserknappheit auch uns in Europa vor bisher unbekannte Herausforderungen. Umso wichtiger ist ein bewusster Umgang mit Wasser. Dabei beinhaltet eine verantwortungsvolle Wassernutzung sowohl die bestmögliche Reduzierung des Verbrauchs als auch die Vermeidung von Verschmutzungen (v. a. durch Chemikalien). Auch bei Paragon ist für beinahe alle Produktionsprozesse der Rohstoff Wasser essenziell. Es ist unser Ziel, den Wasserfußabdruck an allen Standorten stetig zu reduzieren.

2021 betrug der Wasserverbrauch bei Paragon insgesamt 10.478 m³. Im Verhältnis zum Jahr 2020 konnten wir den Verbrauch um 4 % reduzieren. Die Grafik stellt die Werte aufgeteilt auf die einzelnen Standorte dar.

Unser größter Produktionsstandort in Schwandorf hat auch den höchsten Wasserverbrauch. Zurückzuführen ist dies in erster Linie auf die Offset-Druckmaschinen, die Wasser für die Kühltürme benötigen. Diese Maschinen sind nur am Standort Schwandorf vorhanden. Auch unsere Mitarbeiter*innen möchten wir zu einem sorgsamem Umgang mit der Ressource Wasser animieren. Dazu tragen wir mit jährlichen Unterweisungen, diversen Aushängen an den Standorten und dem „Health Safety Environment (HSE)“-Handbuch bei.

Die Verpflichtung zur Schonung von Ressourcen ist bei Paragon hoch priorisiert. Dies zeigt sich auch in den Leitsätzen unseres Management-Handbuchs.



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021
Durch einen Berechnungsfehler wurden die Wasserverbräuche für die Standorte Korschenbroich und Weingarten im letzten Bericht zu hoch ausgewiesen, dies haben wir in diesem Bericht korrigiert.

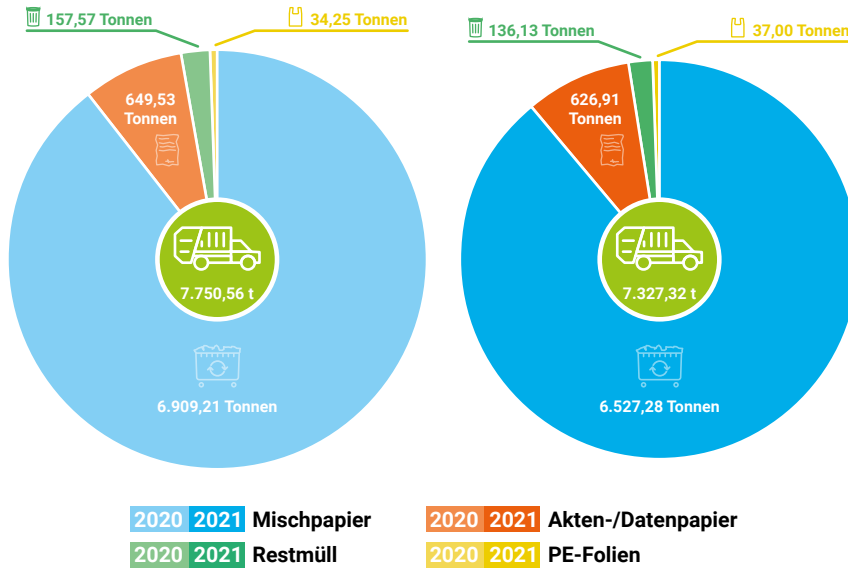
2.5 Abfall: Vermeidung mit Plan

Das Ziel, unser Abfallaufkommen weiter zu reduzieren, haben wir bei Paragon 2021 bereits in die Tat umgesetzt. Die Gesamtmenge von 7.750¹ Tonnen Abfall aus 2020 konnte die Organisation 2021 um rund 5,5 % auf 7.327 Tonnen reduzieren.

Das Recycling erfolgt individuell nach den Vorgaben der jeweiligen Paragon Standorte und umfasst z. B. Abfalltrennung, sichere Entsorgungswege und ökonomisch sinnvolle Recyclingverpackungen.

Auch die stetige Reduzierung von Maschinenrüstzeiten sowie von Produktionszuschüssen und Makulaturen am Standort Schwandorf trug dazu bei, dass sich das Abfallvolumen im Bereich Mischpapier reduziert hat.

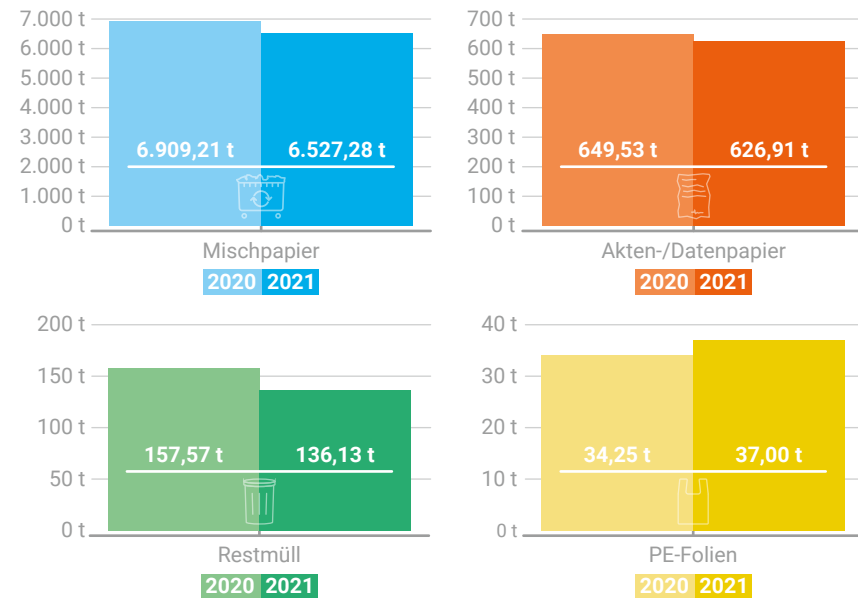
Angefallener Abfall (GRI) gesamt



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021.

¹Korrigierter Wert nach Eingang der Belege der Entsorgungsunternehmen.

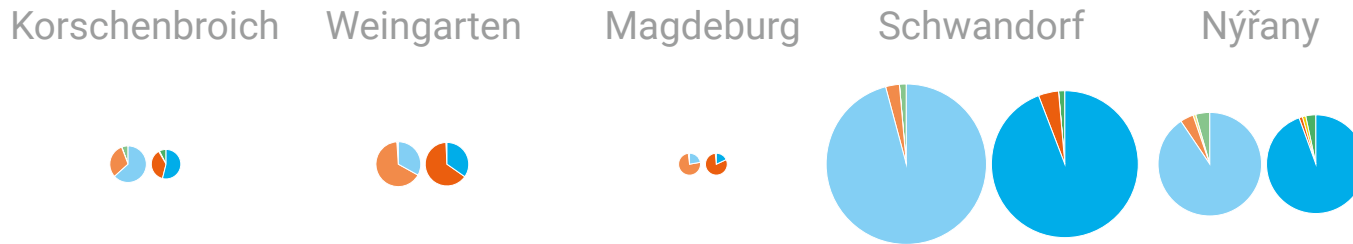
Angefallener Abfall (GRI) gesamt











Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021.

¹Korrigierter Wert nach Eingang der Belege der Entsorgungsunternehmen.

Angefallener Abfall (GRI) nach Standorten in Tonnen



	Korschenbroich	Weingarten	Magdeburg	Schwandorf	Nýřany
	99,94 t	128,17 t	18,32 t	4.319,79 t	1.961,06 t
	161,98 t	151,04 t	20,70 t	4.715,83 t	1.859,66 t
	69,89 t	253,00 t	81,34 t	203,91 t	18,77 t
	79,01 t	279,60 t	69,62 t	138,80 t	82,50 t
	1,60 t	1,42 t	1,11 t	8,25 t	24,62 t
	0,45 t	1,88 t	1,17 t	8,61 t	22,14 t
	13,70 t	2,46 t	0,50 t	53,20 t	66,27 t
	14,17 t	0,88 t	0,51 t	55,94 t	86,07 t

2020 2021 **Mischpapier**
 2020 2021 **Akten-/Datenpapier**
2020 2021 **Restmüll**
 2020 2021 **PE-Folien**

Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021.
Korrigierter Wert nach Eingang der Belege der Entsorgungsunternehmen.

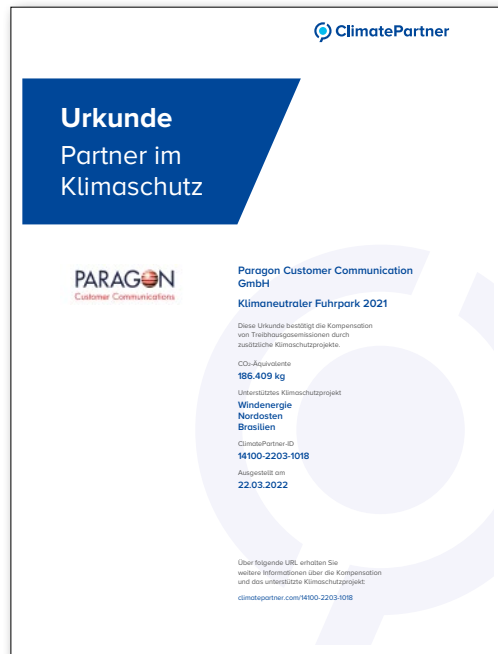
- 1. Unternehmen
- 2. Planet
- 3. People
- 4. Partners
- 5. Fazit & Ausblick

2.6 Mobilität: Ein Unternehmen in Bewegung

Im Bereich der Mobilität unserer Mitarbeitenden wurden verschiedene Maßnahmen nun fest verankert: Die Einführung des Jobrad-Angebots für die Mitarbeitenden bei Paragon ist fest auf den 1. März 2023 terminiert und steht ab diesem Zeitpunkt zur Nutzung bereit.

Das Thema „Homeoffice“ hat sich in Corona-Zeiten vielfach bewährt, so dass wir das pragmatisch Gelebte nun in einer verbindlichen Richtlinie dauerhaft geregelt haben: (RL0038 – Mobiles Arbeiten und Tele[heim]arbeit).

Fuhrparkmanagement



Der Umbau unseres Fuhrparks in Richtung Klimafreundlichkeit macht weiter Fortschritte.

Im ersten Schritt haben wir uns entschlossen, für das Kalenderjahr 2021 den kompletten Paragon Fuhrpark klimaneutral zu stellen und die entstandenen Emissionen zu kompensieren.

Auch die Umstellung unserer Dienstwagenflotte auf emissionsarme Fahrzeuge kommt sukzessive voran.

Um diese Entwicklung transparent zu machen, haben wir zum Berichtsjahr 2021/2022 eine neue Kennzahl eingeführt. Zukünftig wollen wir den CO₂-Ausstoß pro Dienstfahrzeug messen und so die signifikante Reduzierung über die kommenden Jahre dokumentieren.

Auch beim Aufbau der nötigen Ladeinfrastruktur an unseren Standorten waren wir aktiv. 2021 wurden als Pilotprojekt Ladesäulen bei Paragon in Schwandorf installiert und in Betrieb genommen. Die ersten Erfahrungen sind sehr positiv, so dass die Entscheidung getroffen wurde, dieses nun auch an den anderen Standorten umzusetzen, wo dies möglich ist.



Ladeinfrastruktur Paragon Standort Schwandorf

CO₂-Ausstoß nach WLTP-kombiniert
beziehungsweise WLTP-gewichtet/kombiniert



2021/2022



Anzahl Dienstfahrzeuge



Durchschnittliche CO₂-Emissionen
pro Fahrzeug in CO₂/km

2.7 Green IT: Digitalisierung mit Klimaschutzfaktor

Die Digitalisierung ist ein wichtiger Baustein zur Reduzierung des Energie- und Rohstoffbedarfs. Jedoch bedeutet der Einsatz von Hardware, Software, Rechenzentren, Netzen und digitalen Diensten auch eine zusätzliche Belastung von Klima und Umwelt.

Wir bei Paragon haben es uns zum Ziel gesetzt, durch smarte Lösungen und fortlaufende Maßnahmen den Bereich IT in „grüne“ Bahnen zu lenken und möglichst energieeffizient und umweltverträglich zu gestalten. Unser internes Projektteam „Green IT“ hat im Berichtsjahr bereits einiges vorangebracht:

Nutzungsdauer von Endgeräten

Im ersten Halbjahr 2022 hat Paragon Customer Communications DACH & CEE die Nutzungsdauer von Endgeräten erhöht: Zukünftig werden PCs und Notebooks mindestens 48 Monate genutzt statt bisher 36 Monate. Monitore werden nicht mehr regelmäßig, sondern nur noch beim Auftreten von Hardwaredefekten getauscht. Mit diesen Maßnahmen leistet Paragon einen Beitrag zur CO₂-Reduzierung, da durch die längere Nutzung Ressourcen gespart werden.

Hardware-Refresh in Schwandorf

Modernisiert wurde im 3. Quartal die Storage- und Backup- sowie die zugehörige Netzwerk-Infrastruktur für 125 TB Speicherkapazität. Dies ermöglichte zudem die Konsolidierung von verteilten Datenbeständen an weiteren Standorten, die nach Betriebsaufnahme im November in Summe zu einer realen Reduzierung des derzeitigen Stromverbrauches (~ 10,7 kW) für den Betrieb dieser Komponenten um 30 % führt.

Hardware-Refresh in Nýřany

In Nýřany wurden im 4. Quartal dieselben Modernisierungsmaßnahmen wie in Schwandorf umgesetzt. Die neue Umgebung bietet 12 TB Speicherkapazität, die ab Inbetriebnahme im Dezember ebenfalls eine Reduzierung des Stromverbrauchs um 30 % für den Betrieb dieser Komponenten bewirkt.

IT-Service-Partner

Um die wachsenden Kundenanforderungen (insbesondere hinsichtlich Informationssicherheit und Datenschutz) zu erfüllen, die Weiterentwicklung der Architektur und Modernisierung der Infrastruktur kontinuierlich voranzutreiben und weitere positive Aspekte durch die Zentralisierung der IT-Services zu erzielen, ist Paragon im ersten Quartal 2022 in Verhandlungen mit einem namhaften Outsourcing Provider zur Übernahme und Modernisierung der IT-Infrastruktur und ihres Betriebs eingetreten. Der Vertragsabschluss mit einer 6-jährigen Laufzeit ist zum Jahreswechsel zu erwarten. Zu Beginn der Vertragslaufzeit wird die Transformation begonnen, die mit folgenden Schwerpunkten die nächsten Schritte zur Umsetzung der Green IT unterstützt:

- Maximale Zentralisierung und Konsolidierung der heute auf 7 Standorte verteilten IT-Infrastruktur in ein Twin-Core-Rechenzentrum in Frankfurt
- Minimierung der an den Standorten zur Produktion notwendigen „Edge IT“
- Reduktion der Officedrucker um die Hälfte
- Für Endgeräte wird zukünftig keine neue Hardware beschafft, sondern „Re-manufactured“-Geräte werden weiterverwendet

Darüber hinaus haben wir einen Partner ausgewählt, der bereits seit 2012 ebenfalls von EcoVadis bewertet wird und 2021 zum zweiten Mal die Platin-Auszeichnung für seine Leistungen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) erhalten hat. Mit dieser Auszeichnung und einer hervorragenden Bewertung in der Kategorie Umwelt bestätigt unser Partner seine Rolle als weltweit führendes Unternehmen im Bereich der digitalen Dekarbonisierung und spiegelt das Engagement der Gruppe wider, ihr ehrgeiziges Klimaziel zu erreichen: die Reduzierung der beeinflussbaren globalen CO₂-Emissionen um 50 % bis 2025 sowie das Erreichen von Netto-Null-Emissionen bis 2028.



2.8 Bienenhotels: Unser Herzensprojekt

1. Unternehmen

2. Planet

3. People

4. Partners

5. Fazit & Ausblick

Weit mehr als die Hälfte aller Tierarten sind Insekten. Millionen an Arten bevölkern unsere Erde. Sie spielen eine unersetzliche Rolle für die Aufrechterhaltung ökologischer Zusammenhänge und das menschliche Wohlergehen. Doch seit Jahrzehnten gehen Insektenarten und ihre Bestände massiv zurück. Da in der Natur immer weniger artgerechte Lebensräume für die Insekten vorhanden sind, sind wir bei Paragon aktiv geworden und haben an allen deutschen Standorten sowie auch in Nýřany, Tschechien, Bienenhotels errichtet, die den nützlichen Tieren einen Unterschlupf zum Nisten und Überwintern bieten.



v.l.n.r.: Mitarbeiterin Anja Schiffer und Armin Multhau, Schreiner und Betreuer bei VARIUS, erklären Paragon Mitarbeitern Stefan Bongartz und Tomas Krohne die Bauart des Bienenhotels.

Mit unseren Bienenhotels gelang es uns somit, ein sowohl ökologisch als auch sozial sinnvolles Projekt zu realisieren. Produziert wurden diese von einer gemeinnützigen Werkstatt für Menschen mit Behinderung.





3. PEOPLE – Gelebte Kultur:
Vielfalt, Offenheit, Wertschätzung

Innerhalb unserer Kernthemen im Bereich People leisten wir einen Beitrag zum Erreichen von SDG 3, 4 und 10, indem ...



... wir der Gesundheit und dem Wohlergehen unserer Mitarbeitenden einen sehr hohen Stellenwert beimessen. Das Thema Arbeitssicherheit hat höchste Priorität bei uns. Zusätzlich werden unsere Mitarbeiter*innen auch am Arbeitsplatz unterstützt und dazu motiviert, etwas für ihre Gesundheit zu tun. Von Impfungen an den Standorten, unseren Betriebsärzten bis hin zu frischen Obstkörben und Tipps zur gesunden Ernährung.

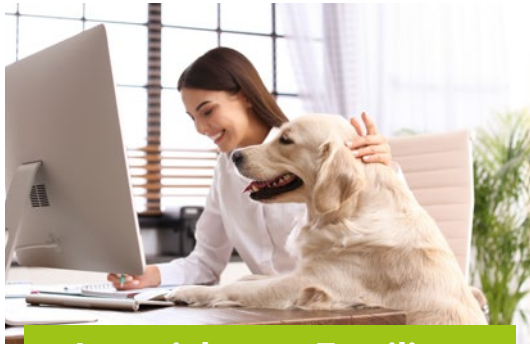


... wir unseren Mitarbeiter*innen ermöglichen, sich weiterzubilden und weiterzuentwickeln, indem wir sie fordern und fördern. Wie wir wissen, ist das Lernen ein lebenslanger Prozess, und diesen unterstützen wir durch die Ausbildung eigener Führungskräfte, die Weiterentwicklung von Talenten und allen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



... wir Mitarbeiter*innen jeglicher Herkunft, jeglichen Geschlechts, jeglichen Alters und ungeachtet anderer Unterschiede in unserem Unternehmen willkommen heißen und gleiche Perspektiven bieten. Es geht um das Können und das Engagement eines Menschen und nicht um den persönlichen Hintergrund. Das ist unsere Überzeugung. Wir möchten Ungleichheiten bei uns in Zukunft weiter entgegenwirken, werden zunächst die Ist-Situation analysieren und anschließend zielgerichtete Maßnahmen entwickeln.

Highlights aus dem Bereich PEOPLE



**Auszeichnung Familien-
freundliches Unternehmen**



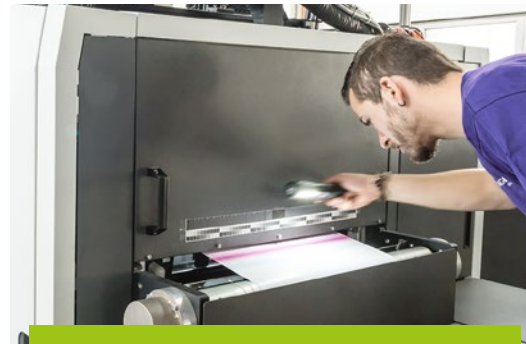
**Leadership Development
Workshops**



**+ 27 % Zeit für Aus- und
Weiterbildung**



**Team Diversity und
Inclusion**



**62 Themen Arbeits-
sicherheit bearbeitet**

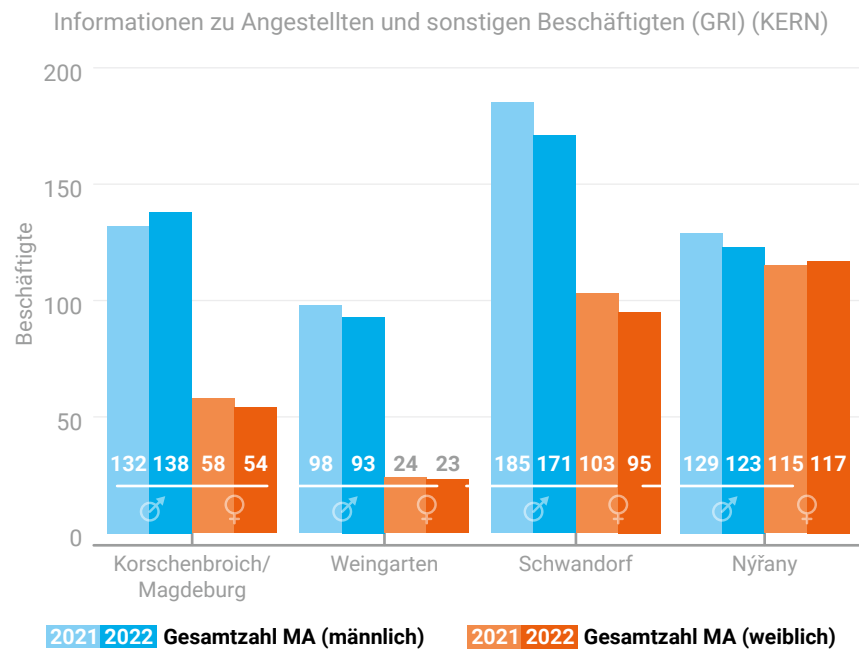


**Beitritt zur
Charta der Vielfalt**

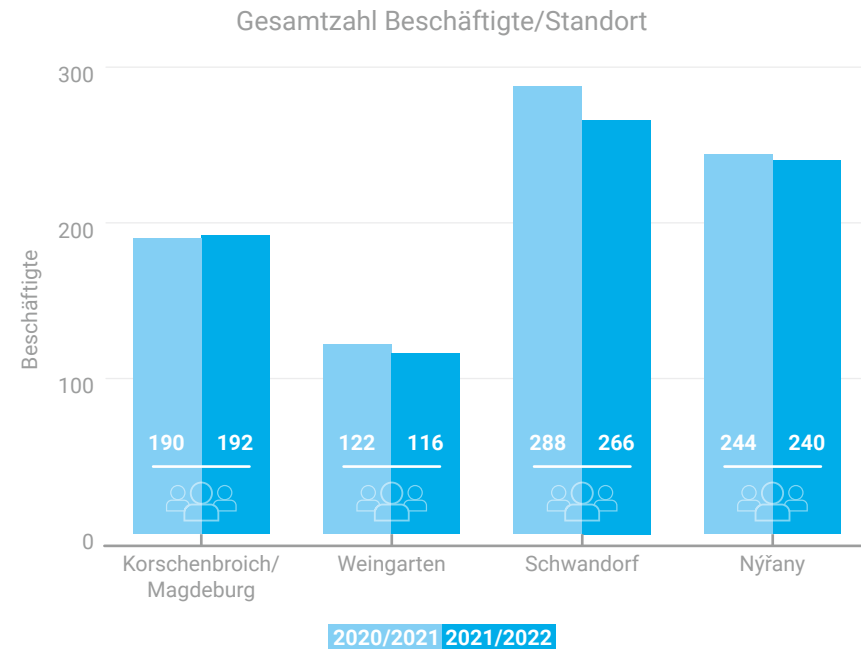
3.1 Beschäftigte in Zahlen: Wichtige Daten zu unserer wichtigsten Ressource

Überblick über unsere Mitarbeiter*innen

Wie auch im letzten Jahr möchten wir einen Einblick in die Beschäftigtenzahl der vier Paragon Standorte geben. Die Anzahl der Mitarbeitenden hat sich im Vergleich zum Vorjahr nur wenig verändert. Die Aufteilung der insgesamt 813 Mitarbeiter*innen, die zum Ende des Berichtszeitraums in den vier Gesellschaften beschäftigt waren, wird im Folgenden näher ersichtlich. Auch die Aufteilung der Beschäftigtenanzahl nach Geschlecht kann der linken Grafik entnommen werden.



Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

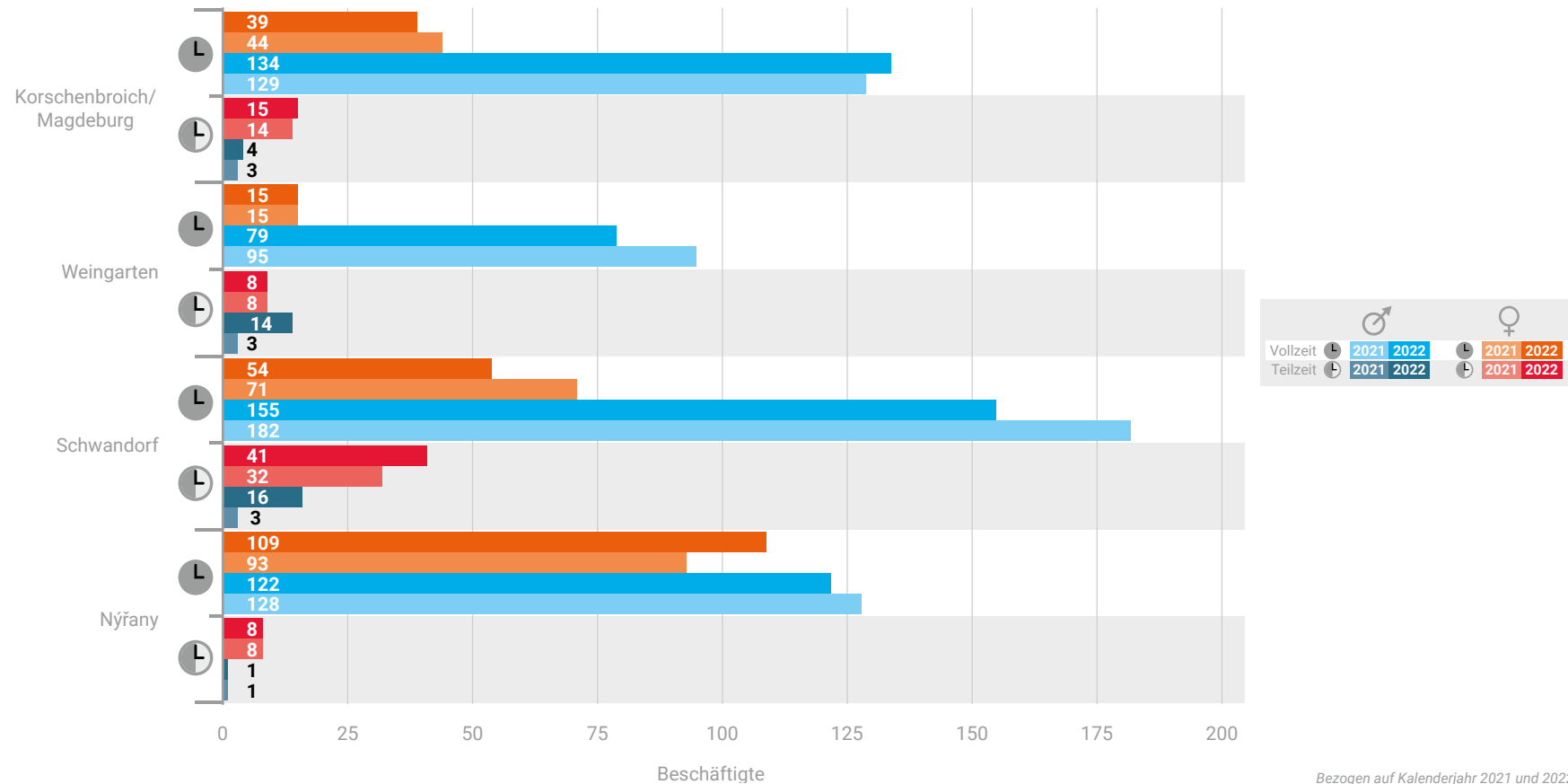


Bezogen auf Kalenderjahr 2020 und 2021

Voll- und Teilzeitbeschäftigte

Nähere Details zeigt eine aktualisierte Aufstellung unserer Voll- und Teilzeitbeschäftigten nach Geschlecht je Standort. Hier überwiegt, wie bereits im Vorjahr, die Anzahl der Vollzeitbeschäftigten sowie die Teilzeitbeschäftigung bei weiblichen Mitarbeitenden.

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

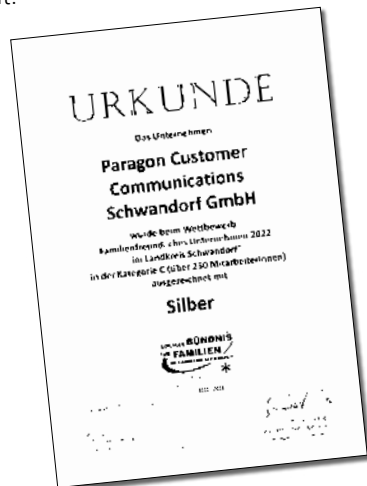


Bezogen auf Kalenderjahr 2021 und 2022

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben

Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben wird nicht nur im Allgemeinen, sondern auch bei Paragon zunehmend wichtiger. Flexibles Arbeiten liegt uns sehr am Herzen. Wo immer möglich, versuchen wir, die persönlichen Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen zu berücksichtigen.

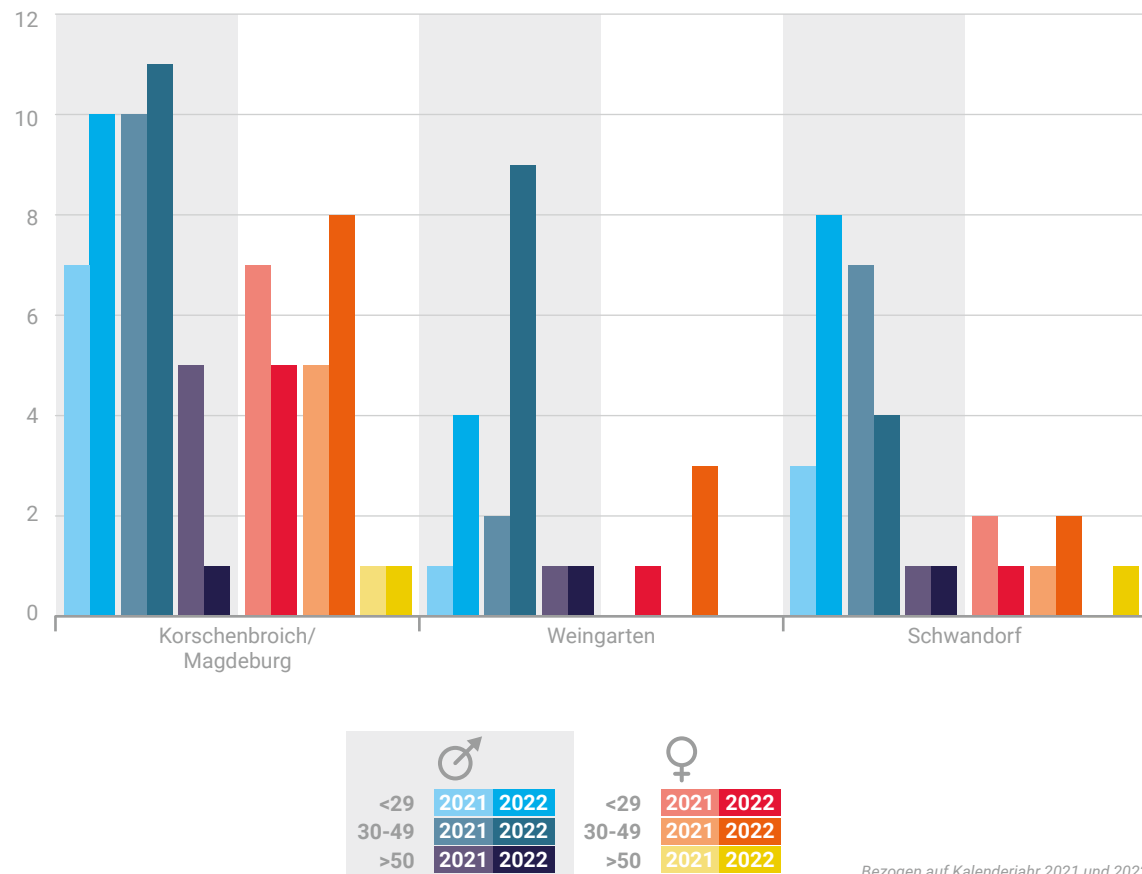
So haben wir unter anderem eine Zertifizierung als familienfreundliches Unternehmen am Standort Schwandorf erhalten. Die Zertifizierung ist ein Beleg dafür, dass wir die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben bestmöglich fördern. Darauf sind wir stolz. Weitere Zertifizierungen als familienfreundliches Unternehmen sind für die anderen Standorte im nächsten Geschäftsjahr geplant.



Unser Zuwachs

Auch im letzten Geschäftsjahr haben wir viele Neuzugänge in jeder Altersgruppe begrüßt. Wir freuen uns über alle neuen Mitarbeitenden in der Paragon Gruppe.

Anzahl neue Beschäftigte nach Alter und Geschlecht



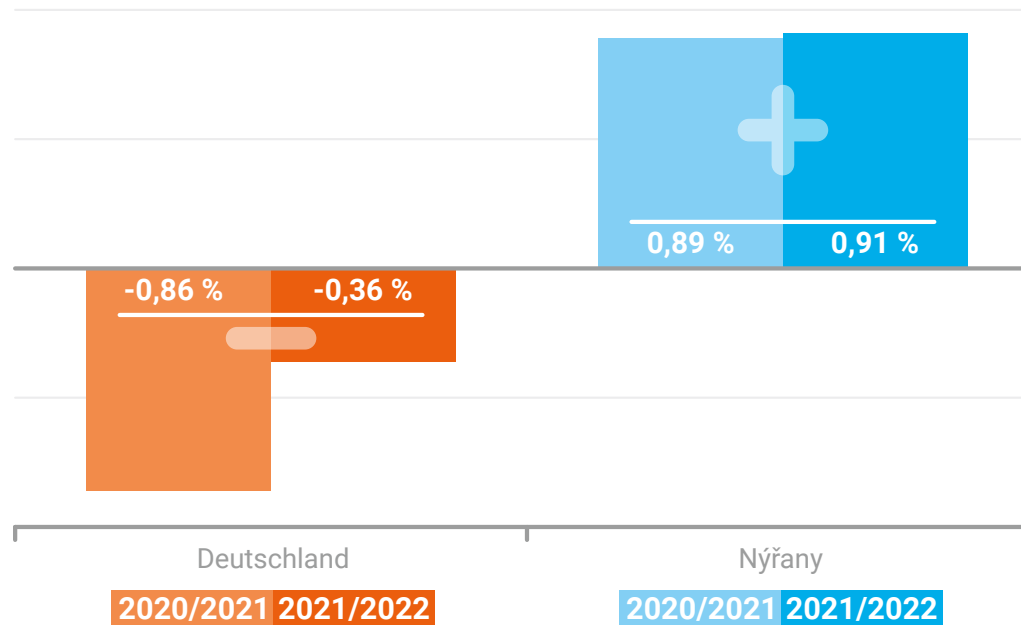
Fluktuation

Die nebenstehende Grafik zeigt die Fluktuationsquote innerhalb aller deutschen Gesellschaften sowie der tschechischen Gesellschaft.

Wie auch im letzten Jahr verzeichnet Nýřany weiterhin eine positive Fluktuation mit einer minimalen Abweichung zum Vorjahr. In Deutschland hingegen fällt die Quote im Gesamten noch negativ aus, es zeigt sich aber eine insgesamt positive Entwicklung.

Auch wenn wir mit dem Ergebnis grundsätzlich zufrieden sind, engagieren wir uns weiterhin dafür, neue Kolleg*innen für uns zu gewinnen und uns zu vergrößern.

Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation (GRI)



3.2 Employer Branding / Arbeitgebermarke: Bildungschancen, Benefits, Werteorientierung

Das Thema Employer Branding hat uns im letzten Geschäftsjahr noch mehr beschäftigt als im Vorjahr – nicht ohne Grund ist es eines unserer wesentlichen Themen. Wir setzen uns kontinuierlich dafür ein, uns in diesem Bereich zu verbessern. Weiterhin stehen bei uns die Themen Aus- und Weiterbildung sowie die Ausarbeitung unserer Benefits im Fokus.

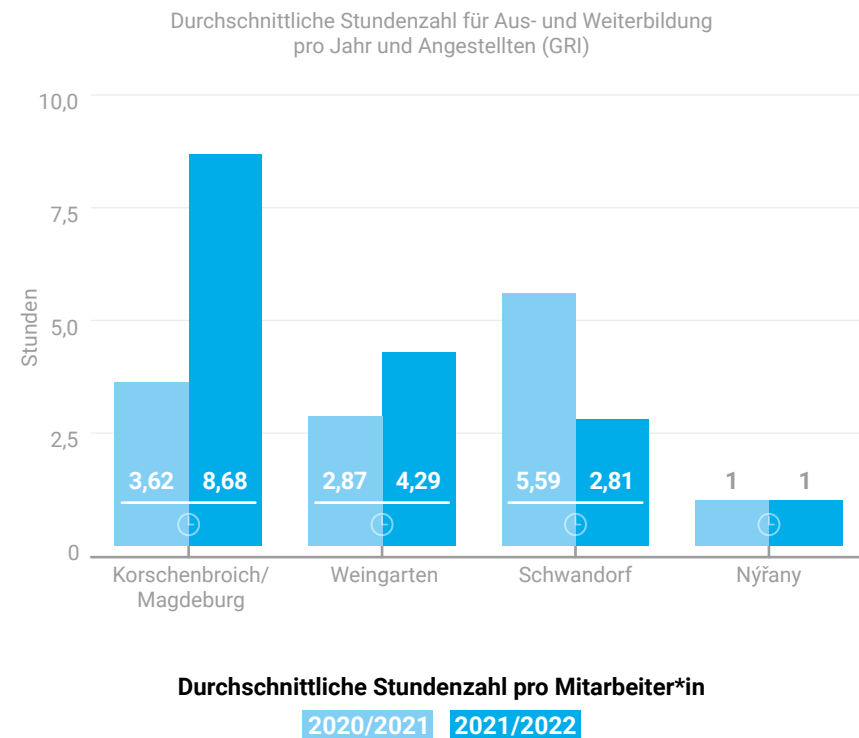
Aus- und Weiterbildung bei Paragon

Um unsere Mitarbeiter*innen auf dem neuesten Stand zu halten, haben wir unser Angebot an internen Schulungen, die wir regelmäßig und teilweise verpflichtend durchführen, erweitert.

Die Themen umfassen:

- Informationssicherheit
- Qualitätsschulung
- Brandschutzschulung
- Datenschutzschulung
- Betrieblichen Umweltschutz und Nachhaltigkeit
- Allgemeine Sicherheitsunterweisung
- Umgang mit betrieblichen Systemen (z. B. SAGE, Microsoft)

Darüber hinaus haben wir einen internen Schulungskatalog mit diversen freiwilligen Angeboten für unsere Mitarbeiter*innen entwickelt. Aber auch externe Schulungen haben bei Paragon immer noch eine hohe Bedeutung, damit unsere Mitarbeiter*innen immer auf dem neuesten Stand im Hinblick auf ihre Tätigkeit sind und eine Weiterentwicklung gesichert wird. Das Geschäftsjahr 2021/2022 wurde teilweise noch von der Corona-Pandemie negativ beeinflusst, was Schulungen in Präsenz betrifft. Dennoch konnten wir im Gesamten die Anzahl der Schulungsstunden (intern und extern) zum Vorjahr erhöhen.



Auszubildende

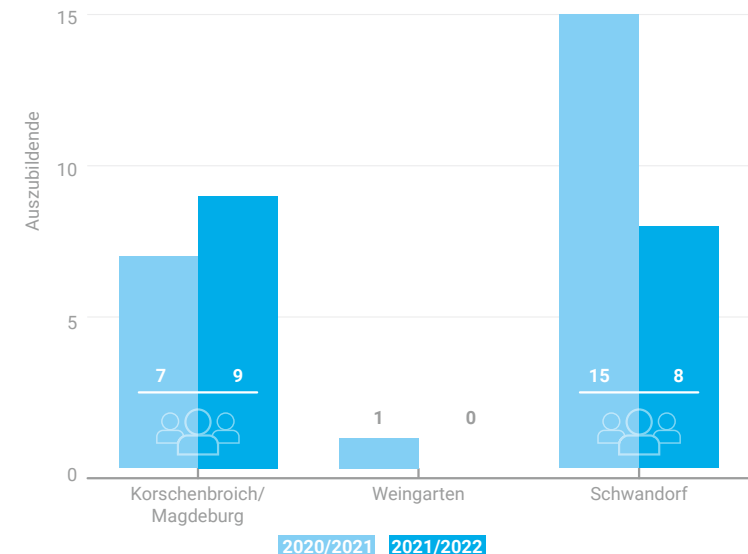
Auch im Geschäftsjahr 2021/2022 legen wir großen Wert auf unsere Auszubildenden und haben wieder einige neue eingestellt. Unser Ziel ist es, weiterhin unsere Auszubildenden fit für einen bestmöglichen Einstieg als feste*r Mitarbeiter*in bei Paragon zu machen und dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Aktuell bilden wir in Deutschland – primär in Schwandorf und Korschenbroich – folgende Ausbildungsberufe aus:

- Industriekaufleute (m/w/d)
- Fremdsprachenindustriekaufleute (m/w/d)
- Eurokaufleute (m/w/d)
- Kaufleute für Büromanagement (m/w/d)
- Mechatroniker*innen (m/w/d)
- Medientechnolog*innen Digital-/Rollendruck (m/w/d)
- Medientechnolog*innen Druckverarbeitung (m/w/d)
- Medientechnolog*innen Druck (m/w/d)
- Medienkaufleute Digital und Print (m/w/d)
- Mediengestalter*innen Digital-/Printmedien (m/w/d)
- Maschinen- und Anlagenführer*innen (m/w/d)
- Elektroniker*innen (m/w/d)
- Fachkräfte für Lagerlogistik (m/w/d)
- Fachinformatiker*innen für Systemintegration (m/w/d)
- Fachinformatiker*innen für Anwendungsentwicklung (m/w/d)
- Kaufleute für Digitalisierungsmanagement (m/w/d)



Auszubildende bei Paragon



Insgesamt haben wir 17 Auszubildende an unseren Standorten Schwandorf und Korschenbroich. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Summe der Auszubildenden gesunken. Die Suche nach neuen Auszubildenden wird auch für uns immer schwieriger.

Nach der Ausbildung

Paragon ist immer bereit, junge und motivierte Talente zu unterstützen. Wir freuen uns sehr darüber, dass wir einige Auszubildende nach Ende der Ausbildung übernehmen konnten und sie bei ihrem beruflichen Einstieg und in ihrer individuellen Weiterentwicklung fördern dürfen.

Young Paragon

Unser internationales Förderprogramm „Young Paragon“ hat sich im letzten Jahr auch weiterentwickelt und wird von unseren jungen Mitarbeiter*innen gerne genutzt. Das Entwicklungsprogramm als Teil der Weiterbildung gewinnt zunehmend an Bedeutung, was sich auch in den Ergebnissen bemerkbar macht. Wir sind jedes Mal aufs Neue erstaunt, welche Ideen und Konzepte unsere jungen Talente entwickeln. Im Rahmen des Programms fand im Juni auch erstmalig ein Live-Meeting in London statt. Hier präsentierten verschiedene Gruppen ihre Ideen und Konzepte vor dem Management und den anderen Teilnehmer*innen.

ELDP – European Leadership Development Programme

Auch das internationale Programm für Führungskräfte „ELDP – European Leadership Development Programme“ erfreut sich wachsender Beliebtheit. Die übergreifende Zusammenarbeit und das Mentoring tragen zu einer Verbesserung der Führungskompetenzen und Fähigkeiten der Unternehmensführung bei. Die Rückmeldungen der Teilnehmer*innen sind positiv und die Ergebnisse in den Abschlussprojekten herausragend, so dass wir auch zukünftig auf diese Weiterbildungsmaßnahme setzen.

Mitarbeiter-App „myParagon“

Die im letzten Jahr implementierte Mitarbeiter-App „myParagon“ wird sehr rege zur Kommunikation genutzt. Der Großteil der Belegschaft zeigt Interesse an den verschiedenen Postings, liest und kommentiert fleißig und einige Mitarbeiter*innen bringen auch Ideen für Beiträge ein.

Das zeigt uns, dass wir einen Zugang für den Informationsaustausch geschaffen haben, der von einem großen Teil des Teams positiv aufgenommen wird. An der Weiterentwicklung der App arbeiten wir kontinuierlich weiter.



Weitere Benefits

Uns ist bewusst, dass wir uns dem Arbeitsmarkt anpassen müssen, und arbeiten daher kontinuierlich an unseren Benefits. Nicht nur, um die Zufriedenheit unserer bestehenden Mitarbeiter*innen zu erhalten, sondern auch, um potenzielle neue Mitarbeiter*innen am Markt von uns zu überzeugen.

Unsere aktuellen Benefits:

- Kampagne „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“
- Gutscheinkarte für Mitarbeiter*innen (48,00 Euro steuerfrei)
- Mentoring-Programme zur Entwicklung von Mitarbeitenden
- Weitere Möglichkeiten zur Entwicklung von Mitarbeitenden:
 - Betriebsvereinbarung zu Weiterbildungsmaßnahmen
 - Interner Schulungskatalog mit vielseitigem Weiterbildungsangebot
 - Interne Aufstiegschancen
- Möglichkeit zum mobilen Arbeiten durch eine einheitliche Konzern-Betriebsvereinbarung
- Jobrad: Einführung 2023 geplant
- Betriebliche Altersvorsorge
- Betriebliches Vorschlagswesen / Ideenmanagement
- Eine gelebte Duz-Kultur mit flachen Hierarchien
- 30 Tage Urlaub
- Schichtzulagen

Im letzten Geschäftsjahr haben wir die Kampagne „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ ins Leben gerufen. Hier haben wir bereits zwei Erfolge verzeichnen können und freuen uns über jede weitere Empfehlung, um unser Paragon Team auszubauen. Zudem haben wir die Konzernbetriebsvereinbarung zum Thema „Mobiles Arbeiten“ verabschiedet. Damit wollen wir als Unternehmen ein Zeichen setzen, dass mobiles Arbeiten bei Paragon zur Normalität gehört und als fester Bestandteil einer guten Work-Life-Balance und Verbesserung des flexiblen Arbeitens gesehen wird – auch wenn uns der persönliche Kontakt weiterhin am Herzen liegt.

Als weitere Maßnahme arbeiten wir aktuell an einer Sabbatical-Richtlinie, die wir fest bei uns integrieren möchten. So soll sich jede*r Mitarbeiter*in eine Auszeit nehmen können, um auch mal durchzuatmen und sich Dingen zu widmen, die neben dem Alltagsstress zu kurz kommen.

Unternehmenskultur bei Paragon – Was macht uns eigentlich aus?

Als „zusammengewürfeltes“ Unternehmen arbeiten wir weiter intensiv an einer einheitlichen Unternehmenskultur. Bereits ein Jahr ist wieder vergangen und wir können sagen: Es ist immer noch ein weiter Weg, aber wir bewegen uns vorwärts. Wir merken, dass auch unsere Mitarbeiter*innen versuchen, daran zu arbeiten, und das ist aus unserer Sicht sehr wichtig. Wir ziehen an einem Strang, haben trotz der herausfordernden Zeiten ein positives Betriebsklima und wissen uns und unsere Arbeit gegenseitig sehr zu schätzen.

Die Beibehaltung und Vertiefung unseres Zusammengehörigkeitsgefühls sowie die Vereinheitlichung diverser Prozesse ist und bleibt unser Ziel, so dass wir gemeinsam und motiviert in die Zukunft blicken. Aus diesem Grund planen wir für das kommende Geschäftsjahr einen Merger unserer deutschen Gesellschaften, damit wir auch auf dem Papier als „eins“ gesehen werden und wir das Zusammengehörigkeitsgefühl weiter stärken.



Leadership & Cultural Development

Paragon ist in den letzten Jahren schnell gewachsen und hat Unternehmen an verschiedenen Standorten, mit – auch kulturell – unterschiedlicher Historie, integriert. Zwangsläufig waren die ersten Monate vom Alltagsgeschäft und pragmatischem, operativem Handeln geprägt. Dadurch ist das Arbeiten an Struktur und Strategie etwas zu kurz gekommen.

Umso wichtiger war es nun, alle Kolleg*innen und Standorte nicht nur inhaltlich und technisch, sondern auch kulturell an Bord zu holen, starke neue Teams zu formen und unsere Führungskultur an die neuen Umstände anzupassen. Deshalb haben wir im Geschäftsjahr 2021/2022 eine gemeinsame Reise gestartet, auf die wir zu Beginn die Führungskräfte mitgenommen haben und die nun Schritt für Schritt tiefer in die gesamte Organisation und zu allen Mitarbeiter*innen führt.

Im Rahmen mehrerer extern begleiteter Workshopreihen war uns Folgendes wichtig:

- Werte und Verhaltensweisen zu definieren, wie wir Paragon langfristig noch erfolgreicher machen können,
- ein Miteinander zu schaffen, bei dem wir alle Spaß und Leistungsfreude entfalten können,
- uns kennenzulernen und schlagkräftige Teams zu formen,
- unsere Kommunikation zu verbessern,
- Leadership Skills zu erlernen, um uns selbst und unsere Mitarbeitenden auf Kurs zu bringen und zu halten,
- uns besser zu fokussieren und effektiver zusammenzuarbeiten sowie
- unsere innere Haltung so aufzustellen, dass wir mit den anstehenden Herausforderungen weiter gut umgehen können.

Bei diesen Transformations-Workshops ging es auch um unser bewussteres Wahrnehmen und Handeln, um unsere Kultur neu gestalten zu können:

- Wofür steht Paragon?
- Was macht uns unverwechselbar?
- Was ist unser Beitrag in der Gesellschaft?
- Wie gehen wir miteinander um?
- Wie wollen wir führen?

Zusammengefasst war das übergreifende Ziel der Workshops, eine gemeinsame Sicht und gemeinsame Werte der Unternehmensführung zu erarbeiten, die Kommunikation in die Teams vorzubereiten und unsere Paragon Führungskultur zu gestalten.

Es wurden wichtige Eckpfeiler der zukünftigen Paragon Strategie erarbeitet:

- die Werte
- die Vision und die Mission
- die Führungsleitlinien

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil dieser neuen Ausrichtung (siehe dazu unsere **Nachhaltigkeitsstrategie**).

3.3 Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt

Diversität und Chancengleichheit

„Wir schätzen die Vielfalt der Menschen, deren Ideen und Meinungen“, so ist es in unseren Werten definiert. Wir haben eine bunte Kultur, sind aber bei vielen Themen noch am Anfang. Um das umfangreiche Thema Diversity & Inclusion auf mehr Schultern zu verteilen, haben wir ein Diversity & Inclusion Team (D&I-Team) gegründet. Zudem hat Paragon auch die Charta der Vielfalt unterzeichnet.

Divers heißt für uns: Unabhängig von Alter, körperlichen und mentalen Voraussetzungen, ethnischer Herkunft, Geschlecht bzw. sexueller Orientierung und sexueller Identität, Religion/Weltanschauung und der Lebenssituation der Mitarbeitenden bieten wir allen dieselben Chancen innerhalb des Unternehmens.

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.

Nationalität

Die Einbindung aller Nationalitäten in die Belegschaft ist uns wichtig. Insbesondere im gewerblichen Bereich ist der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund hoch und auch im Bereich der Verwaltung nimmt der Anteil stetig zu.

Zum Ende des Berichtszeitraums sind in den deutschen Gesellschaften mit einer kleinen Steigerung insgesamt 8,65 % Mitarbeiter*innen mit Migrationshintergrund beschäftigt. In Nýřany sind es 13,3 %, was einen leichten Rückgang darstellt.

Darüber hinaus bieten wir eine Ausbildung für Geflüchtete im Rahmen eines speziellen Programms im Unternehmen und auch in Kooperation mit den Agenturen an.



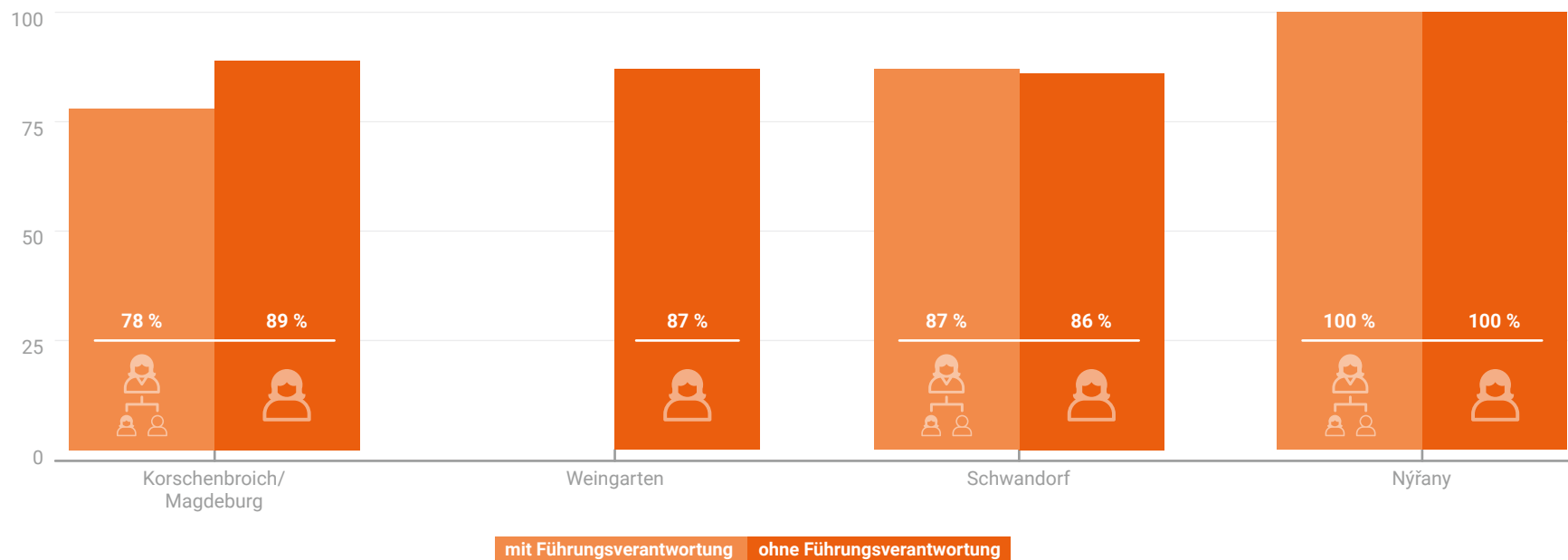
Reduzierung des Gender Pay Gaps

In der folgenden Grafik wird erkennbar, wie unterschiedlich die Vergütung zwischen Männern und Frauen an den verschiedenen Standorten zum Ende des Berichtszeitraums ist.

Im Gegensatz zum Vorjahr haben wir hier zwei Kategorien erstellt, auf deren Basis wir die Auswertung vorgenommen haben: mit und ohne Führungsverantwortung. Diese Auswertung bezieht sich auf die Allgemeinheit der Mitarbeiter*innen und ist unabhängig von der Tätigkeit. Dennoch können wir eine deutliche Verbesserung erkennen und arbeiten stets an einer Vereinheitlichung. Auch die Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen haben wir uns als Ziel vorgenommen.

Um die Ungleichheit 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.

Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern (GRI) 2022



Gründung des standortübergreifenden Diversity & Inclusion Teams

Für die Förderung von Diversität und Inklusion hat Paragon ein standortübergreifendes Diversity & Inclusion Team (D&I-Team) aufgestellt, das Maßnahmen erarbeitet und bei der täglichen Umsetzung unterstützt. Das D&I-Team besteht aus zwölf Personen, die sich alle freiwillig gemeldet haben und mitwirken möchten. Durch die bunte Zusammensetzung des Teams erhoffen wir uns die vielen unterschiedlichen Themenbereiche von Diversität und Inklusion bestmöglich abzudecken.

Seit dem Kick-off am 4. Mai 2022 trifft sich das Team monatlich in Online-Meetings, um über aktuelle Themen zu sprechen und mögliche Aktionen zu initiieren und voranzubringen.

Unterzeichnung der Charta der Vielfalt

Um unseren Wunsch nach mehr Diversität und Inklusion zu unterstreichen, haben wir uns entschlossen, die Charta der Vielfalt zu unterzeichnen. Die Charta der Vielfalt steht gegen die Diskriminierung von Menschen auf Grund von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht oder geschlechtlicher Identität, der sexuellen Orientierung, körperlicher und geistiger Fähigkeiten, der Religion und der Weltanschauung oder der sozialen Herkunft.



Sponsoring des ersten Christopher Street Days in Neustadt an der Waldnaab

Paragon unterstützte den Verein „equality Oberpfalz e.V.“, der im Juni 2022 den ersten Christopher Street Day Nordoberpfalz, genauer in Neustadt an der Waldnaab, organisierte. Hier ist auch Mathias Gleixner, Beauftragter für Diversity & Inclusion, mitgelaufen.

Hissen der Regenbogenflagge

Zum deutschen Diversity Day (ein Aktionstag der Charta der Vielfalt) am 31. Mai 2022 wurde an den Standorten Schwandorf, Weingarten und Nýřany die Regenbogenfahne gehisst. Die Fahnen blieben über den Pride Month Juni hinweg zu sehen, um auch optisch ein Zeichen für mehr Gleichberechtigung und weniger Diskriminierung in der Gesellschaft zu setzen. Die Regenbogenflaggen werden wir zukünftig jährlich hissen.

Nichtdiskriminierung

Für das Geschäftsjahr 2021/2022 sind wie im Vorjahr weder bei den deutschen Paragon Gesellschaften noch bei der tschechischen Gesellschaft Diskriminierungsvorfälle bekannt.

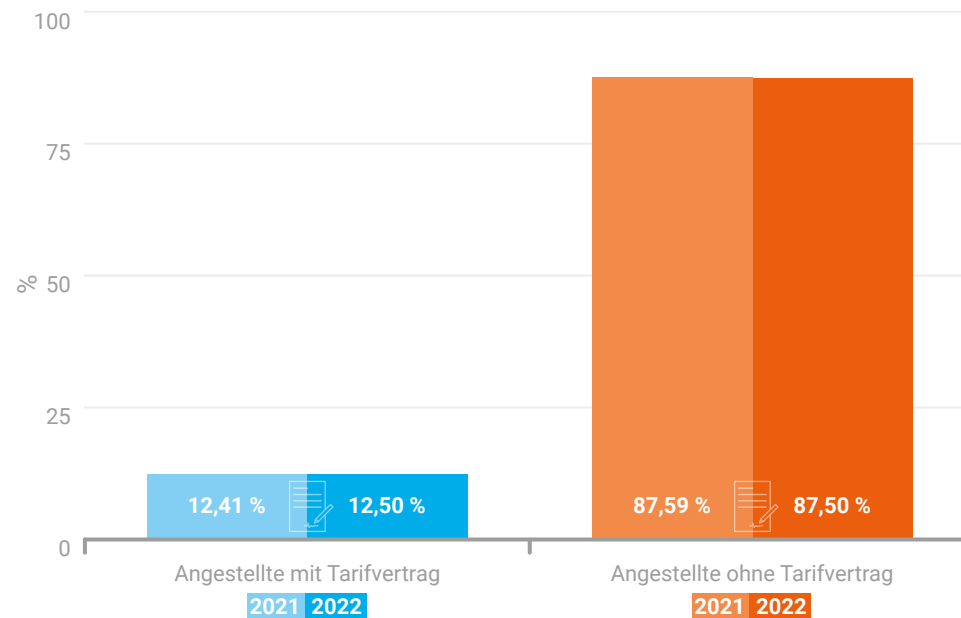
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen

Während des Berichtszeitraums fanden am Standort Weingarten Tarifverhandlungen statt; die Eckpunkte hierzu wurden am 19.10.2021 festgehalten. Es sind keine Fälle bekannt, in denen Tarifverhandlungen verletzt oder bedroht wurden.

Tarifvertrag und Betriebsrat

Der Standort Weingarten ist der einzige tarifgebundene Standort. Damit unterliegen zum Ende des Berichtszeitraums 12,50 % aller Mitarbeiter*innen einem Tarifvertrag – kaum eine Veränderung im Vergleich zum vorhergehenden Berichtszeitraum. Wie bisher verfügt jeder Standort über einen eigenen aktiven Betriebsrat; zudem gibt es einen Gesamtbetriebsrat für Korschenbroich und Magdeburg sowie einen Konzernbetriebsrat für alle deutschen Gesellschaften.

Tarifverträge (GRI) (KERN)



Bezogen auf Kalenderjahr 2021 und 2022

3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen hat innerhalb unserer Organisation auch im aktuellen Berichtsjahr höchste Priorität. Deshalb müssen wir potenzielle Risiken minimieren und alle Formen von Sicherheit gewährleisten. Arbeitssicherheit wurde im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse als wichtiges Thema identifiziert. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und werden als Arbeitgeber unseren Beitrag dazu leisten, indem wir unseren Mitarbeiter*innen ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld bieten. Die entsprechenden internen Prüfprozesse wurden auch 2021/2022 regelmäßig durchgeführt.

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.

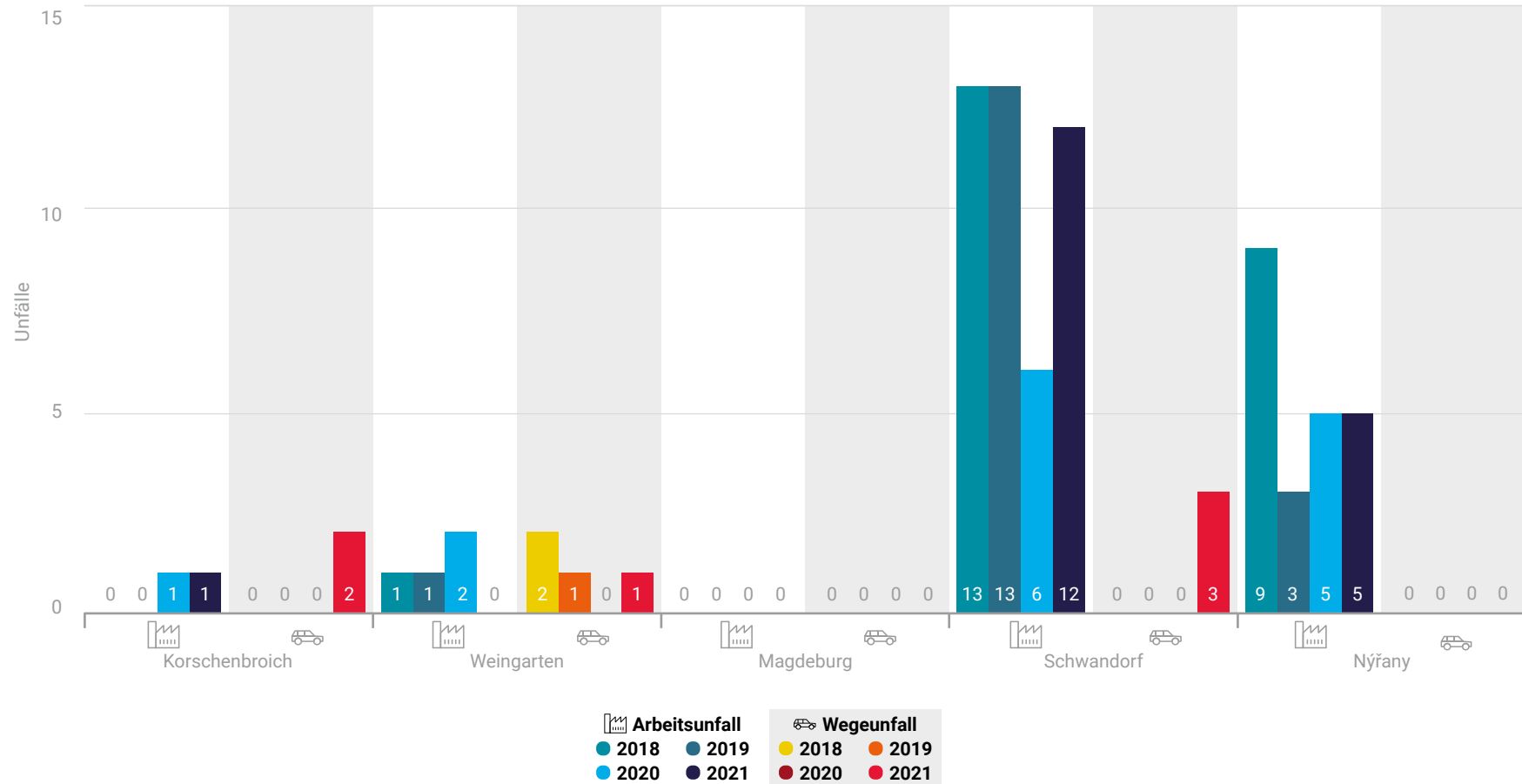
Die Geschäftsprozesse innerhalb unserer Organisation werden mit Hilfe einer Gefährdungsbeurteilung bewertet, die verpflichtend protokolliert ist. Auch ist die Gefährdungsbeurteilung jederzeit abrufbar. Um die Gefahren, potenzielle Risiken oder Vorfälle innerhalb unserer Organisation zu bewerten, findet alle 3 Monate eine Arbeitsschutzausschuss(ASA)-Sitzung statt. Hier werden potenzielle Risiken im Detail analysiert und Maßnahmen zur Minimierung verabschiedet.



Arbeitsbedingte Verletzungen

Im Berichtsjahr sowie in den Jahren zuvor gab es bei uns keine Verletzungen mit Todesfolge, daher gibt es in der untenstehenden Übersicht auch keinerlei Daten hierzu. Insgesamt 18 Mitarbeiter*innen hatten im Kalenderjahr 2021 einen Arbeitsunfall und 6 Mitarbeiter*innen einen Wegeunfall.

Arbeitsbedingte Verletzungen/Wegeunfälle (Ausfall länger als 3 Tage) (GRI)



Beteiligung von Mitarbeitenden, Konsultation, Kommunikation – Maßnahmen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Coronaschutz-Maßnahmen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat uns die Corona-Pandemie weiterhin stark beschäftigt, auch wenn viele Prozesse und Maßnahmen des betrieblichen Infektionsschutzes inzwischen bekannt sind und sich bewährt haben. Oberstes Ziel ist nach wie vor, Ansteckungen im Betrieb zu verhindern und Arbeits- und Produktionsausfälle zu vermeiden.

Grundlage unseres Handelns ist auch künftig die aktuell gültige SARS-CoV-2-Arbeitsschutzverordnung der Bundesregierung. Außerdem galt weiterhin:

- die Umsetzung der AHA+L-Regel an den Arbeitsplätzen,
- die Verminderung der betriebsbedingten Personenkontakte, etwa durch Reduzierung der gleichzeitigen Nutzung von Räumen – beispielsweise durch Homeoffice,
- eine Maskenpflicht überall dort, wo technische und organisatorische Maßnahmen zum Infektionsschutz allein nicht ausreichen,
- Testangebote für alle in Präsenz arbeitenden Beschäftigten.
- Tests und Masken stellt Paragon kostenlos zur Verfügung.
- Paragon macht allen Mitarbeiter*innen über die Betriebsärzte weiterhin Impfangebote gegen Corona, die mit einem Sonderurlaubstag vergütet werden.



Weitere Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen im Geschäftsjahr 2021/2022

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
- Gut ausgestattete Sozialräume für gemeinsame Mahlzeiten und Aufenthalte
- Ein Ruheraum mit einer Liege zur Entspannung in der Pausenzeit und auch für Betreuungen
- Ausstattung aller Ein- und Ausgänge mit Hygieneartikeln wie z. B. Desinfektionsspendern
- Das im Mai 2021 gestartete Projekt „Fit & Gesund“ wurde erfolgreich weitergeführt
- Standort Korschenbroich: Anschaffung eines Defibrillators und Austausch der Büromöbel durch eine zeitgemäße, ergonomische Ausstattung

Allgemein gibt es die zweiwöchig stattfindenden standortübergreifenden Regelmeetings der Arbeitssicherheitsbeauftragten, in denen alle Themen rund um die Arbeitssicherheit behandelt werden. 2021/2022 wurden dort insgesamt **62 Themen** gemeinsam besprochen und bearbeitet.

Ein weiterer Schwerpunkt wird zukünftig das wichtige Thema der psychischen Gefährdungsbeurteilung, der Prävention in diesem Bereich und der Vermeidung psychischer Erkrankungen sein.

Schulung der Mitarbeitenden zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Einmal jährlich müssen unsere Mitarbeiter*innen verpflichtend eine Schulung zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz absolvieren. Hierfür verwenden wir ein eigenes Schulungstool und laden per E-Mail alle Mitarbeiter*innen dazu ein. 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.



A background image featuring a close-up of two hands shaking in a firm grip, symbolizing a business agreement or partnership. The image is overlaid with various digital and financial graphics, including a glowing globe, a bar chart, a line graph with a data point labeled '98.71', and several icons such as an airplane, a train, and a gift box. The overall color palette is dominated by blues and greens, with a prominent green rectangular box containing the main text.

4. PARTNERS – Intensiver Dialog: Gemeinsamer Erfolg in einer besseren Welt

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!

Highlights aus dem Bereich PARTNERS



Ø15 Jahre Zusammenarbeit
mit unseren Kunden



Einführung Business Central
als neues ERP-System



Nur 15 Datenschutz-
vorfälle bei > 320 Mio.
Transaktionsdokumenten



Richtlinie nachhaltige
Beschaffung



Projekt Lieferketten-
sorgfaltspflicht



Offensive Nachhaltig-
keitskommunikation

4.1 Kundenorientierung: Belastbare Beziehungen dank nachhaltigem Commitment

Der Kunde im Mittelpunkt – daran hat sich selbstverständlich auch 2021/2022 nichts geändert! Für uns als Dienstleister stehen Kundenorientierung und die Sicherstellung ihrer Zufriedenheit an erster Stelle. Grundlage dafür bilden die Unternehmensleitsätze sowie das Streben nach ständiger Verbesserung, das durch unser Management Board in allen Bereichen gefordert und gefördert wird. Eine kompetente Beratung, die vollumfängliche Aufnahme und Umsetzung der Kundenanforderungen und im Eintrittsfall auch die zielgerichtete Reklamationsbearbeitung inkl. der Erarbeitung und Umsetzung von Vorbeugungsmaßnahmen sind Grundwerte unserer Kundenorientierung.

Diesen Anspruch setzen wir mit verschiedenen Maßnahmen um:

- Wir überprüfen Prozesse kontinuierlich im Hinblick auf ihre Anforderungen und Qualitätsstandards
- Wir zeigen Verbesserungspotenziale auf, setzen sie um und messen Fortschritte
- Wir bieten unseren Kunden Sicherheit und Transparenz, indem wir:
 - Erfolgte Maßnahmen offen darlegen
 - Potenzielle Fehler schon im Voraus erkennen
 - Know-how mittels Dokumentation sichern

Da eine konsequente Kundenorientierung die Grundlage für eine qualitative Produktentwicklung, einen umfassenden Service und eine entsprechende Qualitätssicherung bildet, wollen wir unseren Kunden als vertrauensvoller sowie zuverlässiger Partner zur Seite stehen und sie tatkräftig unterstützen. Gerade in diesen herausfordernden Zeiten mit angespannten Lieferketten, Kostensteigerungen bei Material und Energie sowie einer weiter existenten pandemischen Lage sind belastbare partnerschaftliche Beziehungen sehr wichtig.

Wir erbringen unsere Leistungen im Bereich „Customer Communications“ und ermöglichen unseren Kunden eine klare Fokussierung auf ihre Kernaufgaben. Paragon verfügt über langjährige Erfahrung auf dem Markt, ein umfassendes Netzwerk an zuverlässigen Partnern und Lieferanten und genießt große Reputation bei namhaften Kunden – die durchschnittliche Zusammenarbeit mit unseren Auftraggebern liegt bei 15 Jahren!

Unser Handeln legen wir gegenüber unseren Kunden – einem unserer wichtigsten Stakeholder – kontinuierlich und transparent dar. Dies spiegelt sich durch einen steten Kommunikationsfluss wider. Um mit unseren Kunden in den persönlichen Dialog zu treten, präsentieren wir uns jedes Jahr auf zahlreichen Messen und Veranstaltungen. So waren wir im Berichtsjahr auf der DOXNET Jahresfachkonferenz, der DDV-Mitgliederversammlung, den Fundraisingtagen, der OMR, der K5 Future Retail Conference und dem Swiss Fundraising Day vertreten. (siehe auch Kapitel 4.5)

Um Kundenwünsche und -anforderungen individuell umzusetzen, steht eine Sales-Organisation mit dediziertem Fachwissen zur Verfügung. Unser Key Account Management entwickelt für unsere Kunden maßgeschneiderte Lösungen und vereinbart die kaufmännischen und vertraglichen Aspekte einer Zusammenarbeit. Hierbei unterstützt das Bid & Contract Management, das insbesondere auf das Thema Ausschreibungen und Verträge spezialisiert ist. Expertenwissen zu bestimmten Themenkreisen wie beispielsweise Portoausgaben, Inbound Management und Digitalisierung kann über das Solution Management hinzugezogen werden. Das Projektmanagement sorgt für eine erfolgreiche und dokumentierte Anbindung der Kunden und begleitet bei Bedarf Prozessanpassungen. Im Service- und Ordermanagement werden die operativen Kundenanforderungen im Tagesgeschäft betreut.

Und selbstverständlich steht unser Sustainability-Team für die stetig wachsenden Themen rund um alle ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekte zur Verfügung.



4.2 Effiziente Arbeitsprozesse & Ressourcennutzung: Vorsprung durch Vernetzung

Optimierung von Arbeitsprozessen

Auch im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unsere Arbeitsprozesse nachhaltig verbessern können und neue Tools eingeführt, um unsere Abläufe weiter zu optimieren. Dazu zählt das neue Ticketsystem von Jira Software, das inzwischen etabliert ist und von vielen Kolleg*innen erfolgreich zum systematischen und strukturierten Management verschiedenster Anforderungen eingesetzt wird. Dies umfasst sowohl Anforderungen externer Stakeholder als auch interne Themen. Die Kommunikation erfolgt so sehr viel geordneter und zielführender als per E-Mail oder Telefon.

Ebenso hat sich die beschriebene Nutzung der Scrum-Methode bewährt. Diese agile Vorgehensweise kommt beispielsweise bei Implementierungsprojekten neuer Kundenapplikationen zum Einsatz.

Im Nachhaltigkeitsbericht 2020/2021 haben wir auch unser größtes internes Projekt zur Optimierung von Arbeitsprozessen vorgestellt: OnePlatform. Hier haben wir große Fortschritte erzielt und viele Synergien erreichen können – sowohl im Bereich der internen Schnittstellen als auch für unsere Kunden. Im aktuellen Berichtszeitraum haben wir zwei große, standortübergreifende Projekte auf den Weg gebracht, die uns enorm helfen werden, unsere Prozesse und Abläufe weiter zu verbessern:

IMS – die Nachhaltigkeit von Managementsystemen

Das Integrierte Managementsystem (IMS) bildet alle unsere Prozesse und Richtlinien ab und stellt diese den Nutzer*innen gezielt und personalisiert zur Verfügung. Dabei müssen die Informationen nicht nur stets aktuell sein, sondern auch der Realität entsprechen.

Das System haben wir im Berichtszeitraum erfolgreich eingeführt und entsprechende Prozesse zur Aktualisierung geschaffen. Alle Mitarbeitenden können nun auf das System zugreifen und es im Alltag anwenden.

Business Central

Business Central ist ein ERP-System (Enterprise-Resource-Planning-System), das wir in den Bereichen Finanzen, Lagerwirtschaft und Einkauf nutzen.

Anfangs arbeiteten unsere Standorte mit verschiedenen Systemen. Hier haben wir Potenzial erkannt und entschieden, dass Business Central als eine einheitliche, innovative Softwarelösung für die Unternehmensbereiche Finance sowie Einkauf und Lagerwirtschaft implementiert werden soll.

Die Einführung des Systems erfolgte im Frühjahr 2021 zunächst an unserem Standort in Weingarten. Im Oktober desselben Jahres folgten die Standorte Korschenbroich und Magdeburg. Eine Ausweitung auf Schwandorf ist für das Geschäftsjahr 2022/2023 geplant. Die Vorbereitung und Einführung erfolgte durch ein Projektteam, bestehend aus internen und externen Personen unseres Integrationspartners.

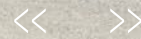
Business Central ist ein System, das durch die Vernetzung von Abteilungen die bereichsübergreifende Zusammenarbeit der Mitarbeiter*innen unterstützt. Die Vernetzung der Standorte ermöglicht es, Prozesse zu vereinheitlichen und effizienter zu gestalten.

PARAGON

Josef-Bayer Str.

PARAGON 5

Waren-
anlieferung



4.3. Beschaffung & Lieferkette: Neues Denken, klare Haltung

Beschaffung

Die Beschaffungsmarktlage hat uns im aktuellen Geschäftsjahr vor große Herausforderungen gestellt.

Die Versorgung unserer Produktionsstandorte mit direkten und indirekten Materialien wurde durch sinkende Verfügbarkeiten und Preissteigerungen geprägt.

Um die Bedarfsdeckung unserer Standorte sicherzustellen, beobachten wir stets die sich ändernden Marktverhältnisse und ermitteln den daraus resultierenden Handlungsbedarf. So haben wir, um die Versorgungssicherheit mit physischen Gütern sicherzustellen, den Kontakt mit unseren Lieferanten auf strategischer sowie operativer Ebene intensiviert. Beispielsweise haben wir bei bestimmten Produkten ein detaillierteres Forecasting erstellt und in Zusammenarbeit mit Lieferanten genutzt, um die Planungssicherheit für beide Seiten zu erhöhen und so die Lieferfähigkeit dauerhaft herzustellen.

Bei Indirect Spends spielt die Beschaffung von Energie, also Strom und Gas, hinsichtlich der Systemrelevanz für Paragon eine wesentliche Rolle. Grundsätzlich streben wir eine Bündelung von gleichen Produkten und Dienstleistungen bei wenigen Lieferanten über die deutschen Standorte vor dem Hintergrund von effizienten und in der Konsequenz ressourcenschonenden Prozessen an.

Für die Standorte Korschenbroich und Weingarten haben wir uns im laufenden Geschäftsjahr vor dem Hintergrund des wirtschaftlich und ökologisch attraktivsten Angebots für die Fortführung der Zusammenarbeit mit unserem bisherigen Energieanbieter entschieden. Somit wird die Zusammenarbeit über das Geschäftsjahr hinaus bestehen. An den genannten Standorten nutzen wir weiterhin zertifizierte Naturstrom- und Naturgasprodukte.

1. Unternehmen

2. Planet

3. People

4. Partners

5. Fazit & Ausblick

Einkauf neu gedacht

Marktlage, Erwartungen unserer Stakeholder und vor allem unsere eigenen Erkenntnisse über die Potenziale nachhaltiger Beschaffung haben uns dazu bewegt, den Einkauf neu zu denken.

Es ist unsere Überzeugung, dass nachhaltige Beschaffung dauerhaft stabile Beziehungen mit unseren Lieferanten schafft, zu fairen Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette führt sowie eine faire Preisgestaltung ermöglicht.

Um die ersten Schritte zu gehen, haben wir richtungsweisende Entscheidungen und Vorbereitungen getroffen:

- Wir haben uns entschieden, den bestehenden Ethikkodex durch einen umfangreichen Supplier Code of Conduct zu ersetzen. Bei unserem Entwurf haben wir viel detaillierter unsere Anforderungen an Geschäftsbeziehungen und neue Gesetzgebungen berücksichtigt. Durch die Neuauflage wird ein Einsatz des Dokuments nun erst für 2023 anvisiert. Wir halten an unserem Ziel fest, dass ein steigender Anteil an Lieferanten unseren Supplier Code of Conduct anerkennt, und fokussieren uns zunächst auf die umsatzstärksten Lieferanten.
- Zur Erstellung einer **Richtlinie für nachhaltige Beschaffung** haben wir relevante Themen identifiziert, beschrieben und mit den Standorten in Deutschland bereits abgestimmt.
- Zur Erstellung von **Schulungsunterlagen für nachhaltige Beschaffung** zur Schulung der Einkäufer*innen sind wir wie bei der Richtlinie für nachhaltige Beschaffung vorgegangen. Ergänzend haben wir einige aktuelle schulungsrelevante Themen in Gesprächen mit Einkäufer*innen bereits erläutert; beispielsweise das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz LkSG. Die Schulungsunterlagen stehen in unserem Schulungstool zu Beginn des folgenden Geschäftsjahres zur Verfügung. Wir messen den Anteil geschulter Fachkräfte des Einkaufs.
- **Soziale Bewertung der 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.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz LkSG beinhaltet eine Bemühungspflicht, Risiken von potenziellen oder tatsächlich nachteiligen Auswirkungen auf Menschenrechte und Umweltauswirkungen zu identifizieren und zu beseitigen sowie dass Beschwerdemöglichkeiten vorhanden sind und wo nötig Abhilfe geschaffen wird.

Das LkSG tritt 2023 für erste Unternehmen (> 3.000 Mitarbeiter) mit Sitz in Deutschland in Kraft. Wir haben keine gesetzliche Verpflichtung, in Bezug auf das Gesetz bereits jetzt aktiv zu werden. Dennoch verstehen wir uns als Unternehmen mit starkem Verantwortungsbewusstsein für unsere Lieferketten. Somit haben wir begonnen, Vorbereitungen für die Umsetzung des LkSG zu treffen, und ein Verfahren zur Risikoanalyse erstellt. Die Durchführung der Risikoanalyse unserer Lieferanten erfolgt im folgenden Geschäftsjahr. Ziel wird dann sein, bei mindestens 50 % des Einkaufsvolumens unserer Lieferanten eine Risikoanalyse durchzuführen. Weiter planen wir Lieferanten mit hohem Risiko durch unsere interne Fachstelle zu auditieren.

Materialien

Zertifizierung Blauer Engel

Der Blaue Engel garantiert, dass ein Produkt die Umwelt und das Klima weniger belastet und dabei hohe Ansprüche zum Schutz der Gesundheit sowie Qualität erfüllt.

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 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. Neben ökologischen Aspekten wird bei der Zertifizierung Blauer Engel auch die Einhaltung internationaler Arbeitsschutzstandards berücksichtigt. Die FSC-Zertifizierung fokussiert sich auf die Erhaltung oder Verbesserung der sozialen und wirtschaftlichen Situation aller im Forstbetrieb Beschäftigten.

Hier ist auch das Engagement des Kunden enorm wichtig, denn letztendlich entscheidet dieser, welches Material für seine Druckerzeugnisse eingesetzt werden soll.

Grundsätzlich legen wir bei der Papierbeschaffung viel Wert auf eine nachhaltige Forstwirtschaft und Zellstoffgewinnung.

Um sowohl die Leistungen und die Produktivität der Waldökosysteme dauerhaft zu erhalten als auch den Erhalt der biologischen Vielfalt zu gewährleisten, ist eine nachhaltige Waldbewirtschaftung Voraussetzung. Wir halten das für ökologisch und – langfristig gesehen – wirtschaftlich gleichermaßen sinnvoll. Deshalb werben wir weiterhin dafür, sich für nachhaltige Alternativen zu entscheiden, und weiten unser Angebot diesbezüglich stetig aus.

Fakten zum Thema Einkauf

Die geschätzte Gesamtzahl der Lieferanten unserer Standorte in Deutschland beläuft sich auf ca. 1.400 mit einem Einkaufsvolumen von ca. 103 Mio. Euro (konsolidiert). Insgesamt 441 Lieferanten beliefern unseren Standort Nýřany in Tschechien mit einem Einkaufsvolumen von 644.334 Euro.

Die Struktur der Lieferanten in unserem Unternehmen bleibt 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 -Technologie

1. Unternehmen

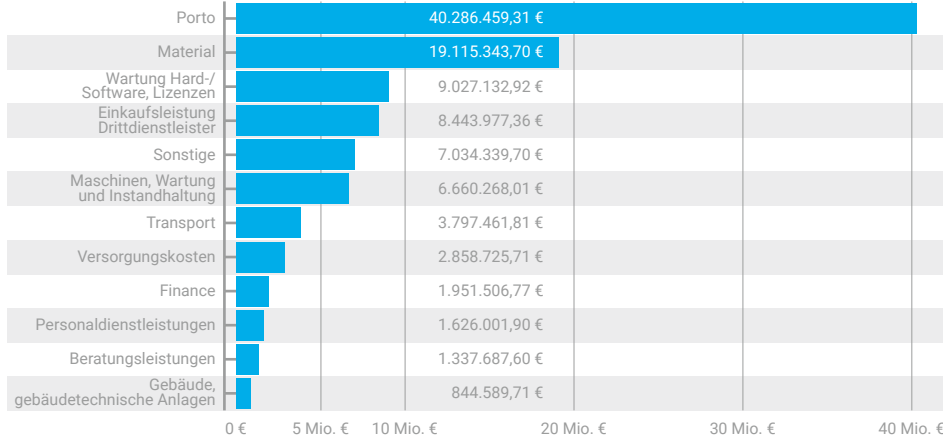
2. Planet

3. People

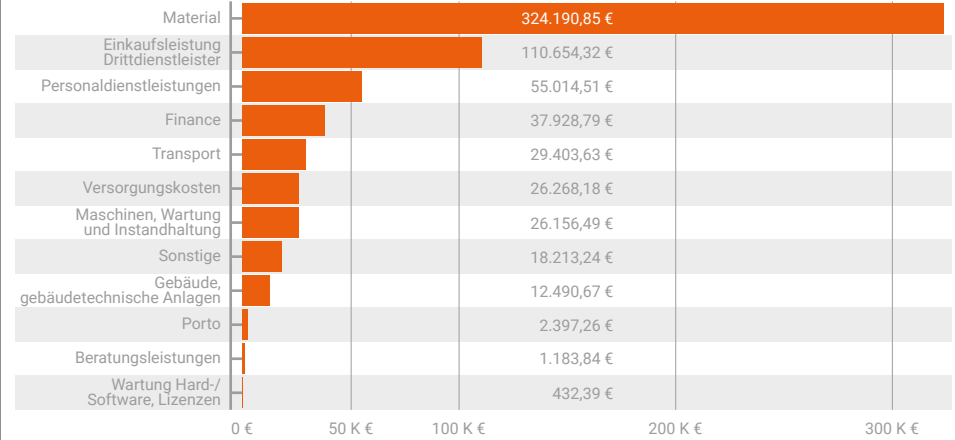
4. Partners

5. Fazit & Ausblick

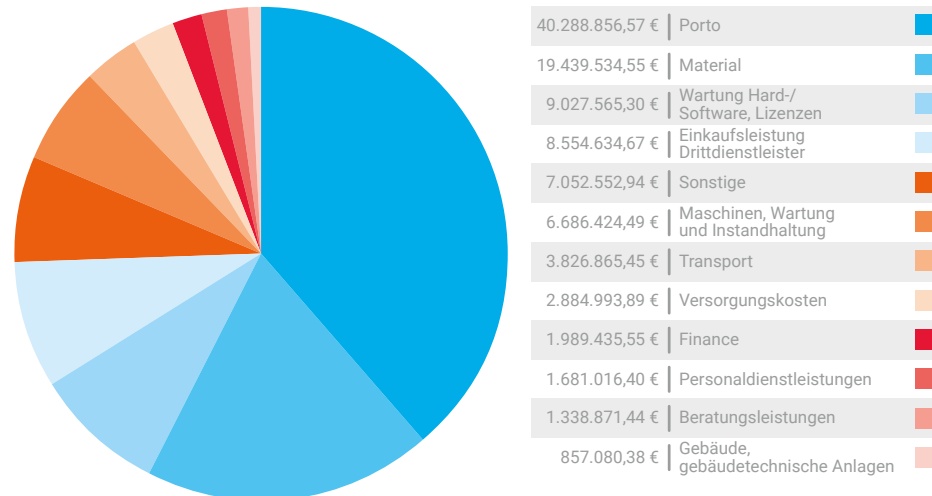
Umsatz pro Lieferantenkategorie Standorte in Deutschland



Umsatz pro Lieferantenkategorie Standort in Tschechien



Umsatz pro Lieferantenkategorie Standorte Gesamt



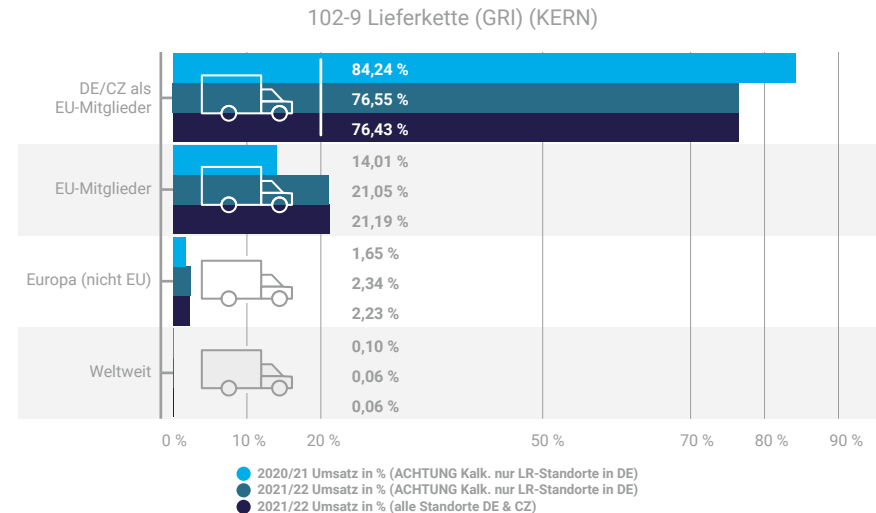
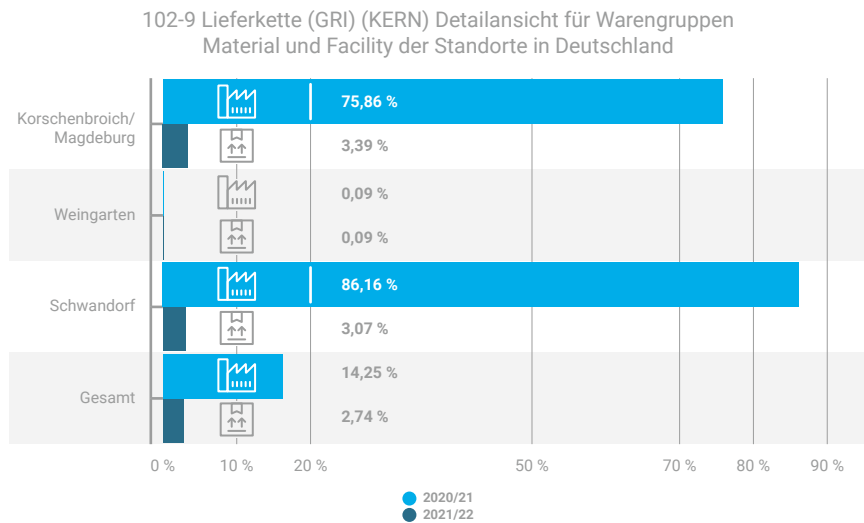
Regionale Verteilung der Lieferanten

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. Dies wird auch zukünftig in der Richtlinie für nachhaltige Beschaffung geregelt. 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.

Der Anteil an Lieferanten mit Sitz im Land des Auftraggebers beträgt für unsere deutschen und den tschechischen Standort 76,43 %. Der zweitgrößte Anteil entfällt mit 21,19 % auf Lieferanten, die sich in EU-Mitgliedstaaten befinden. Weniger als 3 % der Lieferanten haben ihren Geschäftssitz außerhalb der EU.

Für unsere A-Lieferanten aus den Bereichen Produktionsmaterial und Facility haben wir die Regionalität weiterführend analysiert – für die deutschen Standorte – und dabei die Nähe zu den einzelnen Produktionsstandorten betrachtet. Diesen beiden Bereichen kommt besondere Bedeutung zu, da die weitere Entfernung sich durch Fahr- und Transportwege auf die Scope-3-Emissionen auswirkt.



4.4 Compliance & Risikomanagement: In jedem Fall handlungsfähig

Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen

Als international tätiges Dienstleistungsunternehmen mit einer breiten Auftraggeber- und Lieferantenbasis ist die Paragon Customer Communications DACH & CEE im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeiten unterschiedlichen wirtschaftlichen Risiken ausgesetzt.

Effektive Risikomaßnahmen erfordern das Wissen um alle potenziellen Risiken.

Deshalb zielt unsere Risikobetrachtung besonders auf Themenfelder ab, die mit der Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen und den Dienstleistungen verbunden sind.

Regelmäßige Risikobetrachtungen werden durch unser Qualitätsmanagement, durch unsere IT-Security und durch unser Umweltmanagement vorgenommen. Ziel ist, dass eventuelle Risiken durch gezielte Maßnahmen reduziert und Chancen aktiv genutzt werden. Zu den Risiken zählen Störungen im Geschäftsablauf, beispielsweise aufgrund pandemischer Lagen, Engpässe in der Lieferkette, Ressourcenknappheit oder die Verteuerung wesentlicher bezogener Leistungen und Produktgruppen. Im Bereich der personellen Ressourcen stellen insbesondere Arbeitskräftemangel, nicht zufriedenstellende Arbeitsbedingungen, verbunden mit abnehmender Motivation bzw. Produktivität der Beschäftigten, Qualifikationsdefizite mangels Weiterbildung, erhöhte Krankenstände oder Fluktuation potenzielle Risiken für Paragon dar, die es zu berücksichtigen und zu vermeiden gilt. Über interne und externe Audits werden die Einhaltung der Vorgaben an unsere Managementsysteme sowie die jeweiligen Prozesse regelmäßig überprüft.

Risiko Materialverfügbarkeit:

Im aktuellen Geschäftsjahr haben sich die Verfügbarkeiten bei den Rohstoffen für Papier und Kuverts stark verschlechtert. Um unsere Lieferfähigkeit sicherzustellen, arbeiten wir mit verschiedenen Lieferanten zusammen, scannen täglich den Markt für Papier und Kuverts, um aufkommende Risiken rechtzeitig zu erkennen und reagieren zu können.

Die massiven Preissteigerungen beim Material stellen ein unternehmerisches Risiko dar, da wir nur einen Teil der Preiserhöhungen an unsere Kunden weitergeben können. Durch intensive Gespräche mit unseren Kunden und Lieferanten ist es uns jedoch stets geglückt, für alle Seiten die richtige Lösung zu finden. Beispielsweise haben wir für verschiedene Großkunden ein Notfall-Material-Lager eingerichtet, damit eine Materialversorgung für mindestens 3 Monate gesichert ist. In Einzelfällen haben wir den kompletten Jahresbedarf an Papier und Kuverts „en Block“ bei unseren Papierlieferanten eingekauft, bei Paragon eingelagert und die Produktion bedient sich aus diesem Lager, ohne weitere Bestellungen bei unseren Papierlieferanten auszulösen. Durch diese Lösung ist eine 100%ige Verfügbarkeit an Papier und Umschlägen für ein ganzes Kalenderjahr sichergestellt.

Cyber Security

Paragon ist wie andere international tätige Unternehmen Cyberangriffen sowie Risiken aus Industriespionage oder Sabotageattacken ausgesetzt. Da sich die Bedrohungslage ständig weiterentwickelt, passen wir unsere Cybersicherheitsstrategie und die Sicherheitsmaßnahmen basierend auf Aktualisierungen des Bedrohungsmodells und den Ergebnissen von regelmäßigen Risikoanalysen stetig an.

Unser nach ISO 27001 zertifiziertes Information Security Management System (ISMS) schafft dabei die technischen und organisatorischen Voraussetzungen dafür, dass Integrität, Vertraulichkeit und Verfügbarkeit in der Datenverarbeitung gewährleistet werden können. Kernaspekt ist die systematische Erfassung und Aktualisierung von Informationssicherheitsrisiken sowie das Ableiten und Überwachen zugehöriger Maßnahmen zur Risikominimierung im jährlichen Überprüfungszyklus.

Schutz der Kundendaten Unser Standard

Als international agierendes Unternehmen verarbeiten wir in unserer täglichen Arbeit personenbezogene Daten – der Schutz dieser Daten hat dabei oberste Priorität. Wir respektieren die individuellen Persönlichkeitsrechte und verpflichten uns, personenbezogene Daten so zu verarbeiten, dass die Rechte jedes Einzelnen gewahrt werden und dass die Verarbeitung im Einklang mit den gesetzlichen und vertraglichen Datenschutz- und Informationssicherheitsanforderungen erfolgt.

Ziel ist es, die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit aller Daten mit angemessenen Maßnahmen zu schützen. Diese Maßnahmen unterliegen einer stetigen Überprüfung, Verbesserung und Aktualisierung. Für eine optimale Durchführung haben wir an allen Paragon Customer Communications DACH & CEE Standorten Mitarbeiter*innen des Datenschutzteams (Datenschutzbeauftragte/-koordinator*innen) vor Ort.

Unsere verbindlichen Dokumentationen zum Datenschutz samt den dazugehörigen Standards und Verfahren definieren unsere Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten. So erreichen wir ein hohes Datenschutzniveau für die Daten unserer Mitarbeiter*innen, Vertragspartner, Kunden und Lieferanten. Wir führen regelmäßig umfangreiche Datenschutzzschulungen durch. Darüber hinaus finden zielgruppenspezifische und anlassbezogene Präsenzs Schulungen statt.

Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten:

Bei ca. 320 Millionen verarbeiteten Transaktionsdokumenten der Paragon Customer Communications DACH & CEE sind im Berichtsjahr insgesamt 15 berechnigte Datenschutzbeschwerden eingegangen. Alle Datenschutzbeschwerden wurden gewissenhaft geprüft und die Ursachen analysiert. Es wurden entsprechende Maßnahmen zur Vermeidung von Wiederholungsfällen implementiert und deren Wirksamkeit nachverfolgt.

4.5 Impressionen aus unserer aktuellen Nachhaltigkeitskommunikation: Werben für die gute Sache

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



Mailing an Kunden und Lieferanten



Pressemeldungen/Fachartikel



Plakat-Aktion für Mitarbeiter



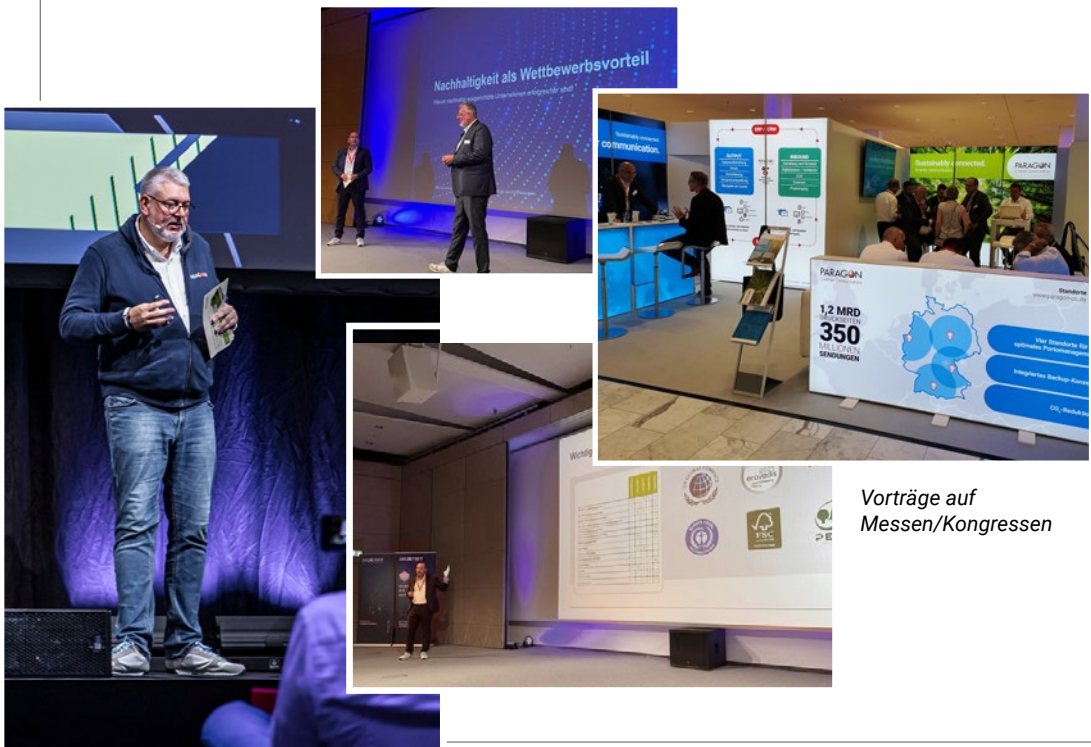
Online-Vorträge



Postings in der Mitarbeiter-App „myParagon“



Social Media Postings



Vorträge auf Messen/Kongressen

1. Unternehmen

2. Planet

3. People

4. Partners

5. Fazit & Ausblick



5. „Chapeau an das ganze Team“
– Ein paar Worte zum Schluss

Ein Gespräch zum zweiten Nachhaltigkeitsbericht mit Andreas Keck und Nicole Lohaus vom (hauptamtlichen) Team Sustainability und Bettina Schlüter (UNO INO)

Wir sitzen am 12. Dezember zusammen in Aschaffenburg und sind dabei, den Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022 zu finalisieren. Auch in diesem Jahr möchten wir das nutzen, um ein paar Worte und Gedanken auszutauschen.

Bettina:

In den letzten Wochen haben wir nun alles zusammengetragen und euren zweiten Nachhaltigkeitsbericht über das Geschäftsjahr 2021/2022 geschrieben. Wenn ihr auf all die Dinge blickt, die da zusammengekommen sind: Worauf seid ihr besonders stolz?

Andreas:

Wenn ich im Rückspiegel auf das schaue, was wir im letzten Jahr getan haben, bin ich besonders stolz, dass wir so viele Dinge umgesetzt haben, die wir im ersten Bericht angekündigt haben. Wir haben viele Themen angepackt, aber auch viel Fleißarbeit in neue Kennzahlen und viele kleine und große Aktivitäten gesteckt.

Nicole:

Da kann ich noch ergänzen. Wir haben einige Dinge schnell umgesetzt und sind auf pragmatische Art und Weise in die Abteilungen reingegangen. Dort haben wir gutes Feedback bekommen. Wir sind jetzt als Thema in der Organisation etabliert und stehen für etwas.

Bettina:

Ja, das sieht man nun auch im Organigramm und an dem gewachsenen Team im Vergleich zum letzten Jahr! Ein eigenes Team mit euch beiden, und auch das große Team ist nochmal gewachsen. Was waren für euch die Highlights?

Andreas:

Das waren vor allem drei Themen. Zum einen haben wir uns sehr intensiv mit dem Thema „Diversity and Inclusion“ auseinandergesetzt. Hier haben wir ein neues Team aufgesetzt und einige Themen angestoßen. Dann haben wir uns eingehend mit dem Lieferkettensorgfaltsgesetz und dem Thema soziale Nachhaltigkeit in der Lieferkette beschäftigt. Dort haben wir uns der kommenden Regulatorik gestellt. Und dann noch das wichtige Thema CO₂. Wir haben uns auf den Weg gemacht, Paragon bis 2045 klimaneutral zu machen. Nun arbeiten wir mit einem eigenen Projektteam an diesem Ziel: Was wollen wir genau tun, wie wollen wir das umsetzen? Dieses Projekt wird uns im nächsten Geschäftsjahr begleiten.

Nicole, willst du noch was ergänzen?

Nicole:

Ich hätte dieselben Dinge genannt, vor allem „Diversity and Inclusion“ ist aus meiner Sicht wichtig, auch vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels müssen wir uns hier gut aufstellen.

Bettina:

Die großen Erfolge sind eines – aber lasst uns auch mal in die andere Richtung blicken. Ihr habt schon Schwierigkeiten angesprochen, wie gerade eben den Fachkräftemangel. Was sind die großen Herausforderungen, die ihr seht?

Nicole:

Mit Sicherheit Energie. Das ist etwas, das uns seit Beginn des Jahres beschäftigt. Wir brauchen hier Antworten, wie wir beispielsweise auch die erneuerbaren Energien mehr für uns nutzen können.

Zum anderen müssen wir feststellen, dass das Thema Nachhaltigkeit noch nicht überall angekommen ist. Es ist bei Paragon angekommen, muss aber auch noch in andere Unternehmen und Köpfe übertragen werden. Das ist wichtig.

Andreas:

Hier weiter fokussiert zu bleiben, ist tatsächlich sehr wichtig, auch wenn uns gerade viele andere Dinge im Tagesgeschäft stark in Anspruch nehmen – oder vielleicht gerade deswegen. Energie hast du genannt, Nicole, auch das Thema Inflation und auch die Lieferketten machen uns gerade schwer zu schaffen. Weil die Verfügbarkeit von Materialien nicht so da ist und die Preise sich stark erhöhen. Trotz allem wollen wir die Themen immer zusammen denken – die ökonomischen Ziele zusammen mit den ökologischen und sozialen Aspekten, da müssen wir dranbleiben!

Dann ist auch das Ziel „Net Zero“ eine große Herausforderung, die man schnell niederschreiben kann, die aber in der Umsetzung viele Analysen, Szenarien und Überlegungen benötigt. Wir haben wirklich daran zu arbeiten, die Dinge jetzt konkret umzusetzen. Und dann möchte ich noch das Thema Regulatorik nennen. Da kommt in den nächsten Jahren einiges auf uns zu, das umgesetzt werden muss.

Bettina:

Ihr zwei spielt euch jetzt im Gespräch schon gekonnt die Bälle zu. Dabei seid ihr als Team in der Konstellation noch gar nicht so lange zusammen. Nicole, du warst im letzten Bericht schon dabei als Ansprechpartnerin vom Einkauf und bist jetzt zum 01.07.2022 komplett ins Team Sustainability gewechselt als Nachhaltigkeitsmanagerin. Was hat dich persönlich bewegt, dich so stark für das Thema einzusetzen?

Nicole:

Rückblickend war Nachhaltigkeit schon immer etwas Wichtiges in meiner Familie. Ich bin auf einem Bauernhof groß geworden, da war das Teil des Auskommens, Umweltschutz und Wirtschaftlichkeit. Das hatte nicht den besonderen Fokus, sondern ist einfach mitgelaufen. Und als im letzten Jahr die Rede davon war, dass diese Stelle besetzt werden würde ... habe ich mich schnell entschieden, das Gespräch zu suchen, dass ich genau das machen möchte. So ein Wechsel hat natürlich auch Risiken, weil ich hier wirklich komplett den Bereich gewechselt habe. Aber ich wurde sowohl von der Geschäftsführung als auch von Andi komplett bestärkt und unterstützt, und mir wurde viel Vertrauen entgegengebracht. Das ist auch eine tolle persönliche Entwicklung für mich.

Bettina:

Wie waren die ersten Wochen für euch?

Nicole:

Ganz leicht eigentlich: Wir kannten uns schon und kamen dadurch ganz schnell ins Arbeiten und Umsetzen. Wichtig ist allerdings, dass wir auch das große Team hier zur Sprache bringen.

Das sind verschiedene Menschen aus den unterschiedlichen Abteilungen, die das Thema Nachhaltigkeit dort nach vorn bringen, Dinge umsetzen und auch Botschafter*innen für das Thema sind. Nicht nur wir haben ganz viel gelernt im letzten Jahr, auch dieses Team ist um so vieles professioneller geworden. Wir haben vor einem Jahr mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht angefangen und wussten damals noch nicht so richtig, wie es geht und was erwartet wird. Das hat sich verändert. Jede*r hat Wissen aufgebaut, jede*r hat Themen mitgenommen. Wir haben überall was umgesetzt.

Andreas:

Ja, das haben wir. Chapeau an das ganze Team. Und auch danke an dich, Bettina, denn auch durch eure externe Unterstützung haben wir wieder stark profitiert, nicht zuletzt dadurch, dass du uns und unsere Prozesse inzwischen schon so gut kennst. Wo du schon in dieser Runde bist, lass mich auch dir eine Frage stellen: Was siehst du in den nächsten Jahren auf die Unternehmen zukommen? Was sind Treiber und wichtige Themen?

Bettina:

Ich sehe drei große Treiber. Zum ersten das Thema Regulatorik. Du hast es gerade schon angesprochen, Andi. Über den Green Deal der EU kommt weiterhin viel Regulatorik auf die Unternehmen zu. Über das Thema CSRD und Taxonomie und auch das Lieferkettengesetz, um nur einige zu nennen. Organisationen müssen transparent machen, was sie zum Thema Nachhaltigkeit tun oder eben nicht tun. Verbraucher*innen und auch Investoren wollen das immer stärker erfahren. Der zweite Aspekt hängt damit direkt zusammen. Die Dringlichkeit der Aufgabe wird immer spürbarer werden. Jede*r hat das Thema präsent: heiße Sommer, Starkregen, sinkender Grundwasserpegel, auch die sozialen Aspekte. Das Thema Nachhaltigkeit ist und bleibt wichtig für Verbraucher*innen, Mitarbeiter*innen wie auch Partner, das merkt ihr ja auch, wenn es vermehrt Anfragen von euren Kunden gibt. Das dritte Thema, das ganz relevant sein wird vor allem für Unternehmen, sind Kooperationen und Innovationen. Kein Unternehmen kann allein die notwendigen Veränderungen schaffen. Sie sind z. B. darauf angewiesen, dass es nachhaltige Energiequellen gibt, auf die sie zugreifen können. Unternehmen brauchen Partner, die mit ihnen gemeinsam neue Wertströme und Geschäftsmodelle entwickeln, zum Beispiel Kreislaufmodelle aufbauen, mit Lieferanten und Servicedienstleistern etwa. Es braucht gemeinsame Innovationen, die Antworten auf den Ressourcenverbrauch geben. Der Stellenwert von Kooperationen und neuen Geschäftsmodellen, die zirkulärer und zum Teil auch lokaler sind, wird aus meiner Sicht zunehmen. Daher sind Unternehmen gut beraten, sich mit den Themen auseinanderzusetzen und sich die richtigen Partner zu suchen.



v.l.n.r.: Bettina Schlüter (UNO INO | Beratung),
Nicole Lohaus (Sustainability Manager),
Andreas Keck (Head of Sustainability & Business Development)

GRI Index

GRI 102: Allgemeine Angaben

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
102-1	Name der Organisation	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-3	Ort des Hauptsitzes	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation Impressum	11-20 98
102-4	Betriebsstätten	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-5	Eigentum und Rechtsform	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-6	Bediente Märkte	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-7	Größenordnung der Organisation	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	3.1 Beschäftigte in Zahlen: Wichtige Daten zu unserer wichtigsten Ressource	55-58
102-9	Lieferkette	4.3 Beschaffung & Lieferkette: Neues Denken, klare Haltung	81-85
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation Kriterien der Berichterstattung	11-20 98
102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	4.4 Compliance & Risikomanagement: In jedem Fall handlungsfähig	86-87
102-12	Externe Initiativen	Kundenkommunikation	11-20
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-14	Aussagen der Führungskräfte	Vorwort des Management-Boards Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	4-5 7
102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	3.2 Employer Branding / Arbeitgebermarke: Bildungschancen, Benefits, Werteorientierung 3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt 4.4 Compliance & Risikomanagement: In jedem Fall handlungsfähig	59-64 65-68 86-87
102-18	Führung	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30
102-41	Tarifverhandlungen	3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65-68
102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30
102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30
102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30
102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	1.1 Paragon DACH & CEE: Spezialist für nachhaltig erfolgreiche Kundenkommunikation	11-20
102-46	Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30

GRI 102: Allgemeine Angaben

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
102-47	Liste der wesentlichen Themen	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30
102-48	Neuformulierung der Informationen		keine Neudarstellungen
102-49	Änderung bei der Berichterstattung	1.3 Wesentlichkeitsanalyse & Stakeholderdialog: Themen, die uns bewegen	28-30
102-50	Berichtszeitraum	Kriterien der Berichterstattung	98
102-51	Datum des aktuellsten Berichts	Kriterien der Berichterstattung	98
102-52	Berichtszyklus	Kriterien der Berichterstattung	98
102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	Impressum	98
102-54	Aussagen zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Kriterien der Berichterstattung	98

GRI 300: Umwelt

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.3 Energieverbrauch: In Zukunft ist weniger mehr	40-42
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	2.3 Energieverbrauch: In Zukunft ist weniger mehr	40-42
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	2.3 Energieverbrauch: In Zukunft ist weniger mehr	40-42
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.4 Wasserverbrauch: Sorgsame Nutzung, kontinuierliche Reduktion	43
303-5	Wasserverbrauch	2.4 Wasserverbrauch: Sorgsame Nutzung, kontinuierliche Reduktion	43
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen	36-39
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen	36-39
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen	36-39
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen	36-39
305-5	Senkung der THG-Emissionen	2.2 Klimaschutz bei Paragon: Engagement auf allen Ebenen 2.6 Mobilität: Ein Unternehmen in Bewegung	36-39 46-47
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	2.5 Abfall: Vermeidung mit Plan	44-45
306-3	Angefallener Abfall	2.5 Abfall: Vermeidung mit Plan	44-45

GRI 400: Soziales

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.1 Beschäftigte in Zahlen: Wichtige Daten zu unserer wichtigsten Ressource	55-58
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	3.1 Beschäftigte in Zahlen: Wichtige Daten zu unserer wichtigsten Ressource	55-58
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-/ Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
403-3	Mitarbeiter mit einem hohen Auftreten von/oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	3.4 Gesundheit und Arbeitssicherheit: Maximale Minimierung von Risiken	69-72
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.2. Employer Branding / Arbeitgebermarke: Bildungschancen, Benefits, Werteorientierung	59-64
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	3.2. Employer Branding / Arbeitgebermarke: Bildungschancen, Benefits, Werteorientierung	59-64
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	3.2. Employer Branding / Arbeitgebermarke: Bildungschancen, Benefits, Werteorientierung	59-64
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65-68
405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und bei den Angestellten	3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65-68
405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65-68

GRI 400: Soziales

GRI Angabe		Themen	Seite/Kommentar
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65-68
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	3.3. Reduzierung von Ungleichheiten: Aktiv für eine gerechtere Welt	65-68
103	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	4.3. Beschaffung & Lieferkette: Neues Denken, klare Haltung	81-85
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	4.3. Beschaffung & Lieferkette: Neues Denken, klare Haltung	81-85

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.

Kontaktdaten:

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,
OMR, Envato Elements, Shutterstock

Redaktionsschluss:

16.12.2022

Kriterien der Berichterstattung

Als Paragon Customer Communications DACH & CEE erstellen wir zum zweiten Mal für das Geschäftsjahr 2021/2022 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 (CZ). Eventuelle Abweichungen sind an den entsprechenden Stellen kenntlich gemacht.

Der vorliegende Bericht umfasst – sofern nicht anders angegeben – den Berichtszeitraum 01.07.2021 bis 30.06.2022. 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 werden wir im Text anstelle von „Paragon Customer Communications DACH & CEE“ die Kurzform „Paragon“ verwenden. 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

Standort Korschbroich

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

Emissionsquellen	2021		2020		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	%
Scope 1	129,6	5,9	234,4	12,8	-104,8	-44,7
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	129,6	5,9	137,2	7,5	-7,6	-5,5
Wärme (eigenerzeugt)	129,6	5,9	129,2	7,0	0,4	0,3
Kältemittelleckagen	0,0	0,0	8,0	0,4	-8,0	-100,0
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	0,0	0,0	97,2	5,3	-97,2	-100,0
Fuhrpark	0,0	0,0	97,2	5,3	-97,2	-100,0
Scope 2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (Fuhrpark)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (stationär)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Wärme (eingekauft)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Eingekaufte Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Scope 3	2.050,9	94,1	1.603,0	87,2	448,0	27,9
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	1.721,5	78,9	1.266,7	68,9	454,8	35,9
Bedruckstoffe	870,2	39,9	760,5	41,4	109,7	14,4
Hilfs- und Betriebsstoffe	33,8	1,5	36,2	2,0	-2,5	-6,8
Druckprodukte	794,8	36,5	433,0	23,6	361,8	83,6
Verpackungsmaterial	22,5	1,0	1,5	0,1	21,0	1360,4
Wasser	0,2	0,0	34,8	1,9	-34,7	-99,5
Büropapier	k.A.	k.A.	0,5	0,0	N.A.	N.A.
Elektronische Geräte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	N.A.	N.A.
Externes Rechenzentrum	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	N.A.	N.A.
Gastronomie	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	N.A.	N.A.
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	83,7	3,8	104,7	5,7	-21,0	-20,1
Vorkette Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Vorkette Strom	61,5	2,8	61,1	3,3	0,4	0,6
Vorkette Wärme	22,2	1,0	28,8	1,6	-6,6	-23,0
Vorkette Fuhrpark	N.A.	N.A.	14,8	0,8	0,0	0,0
Vorgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Eingangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	7,1	0,3	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Betriebsabfall	7,1	0,3	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Geschäftsreisen	6,4	0,3	5,7	0,3	0,7	12,4
Flüge	5,4	0,2	3,2	0,2	2,2	71,1
Hotelübernachtungen	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Bahn	1,0	0,0	2,5	0,1	-1,6	-61,5
Miet- und Privatfahrzeuge	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	232,3	10,7	225,9	12,3	6,4	2,8
Anfahrt Mitarbeitende	223,3	10,2	215,9	11,8	7,4	3,4
Homeoffice	9,1	0,4	10,1	0,5	-1,0	-9,8
Nachgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Ausgangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Produktentsorgung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gesamtergebnis	2.180,5	100,0	1.837,3	100,0	343,2	18,7

Standort Weingarten

Emissionsquellen	2021		2020		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	%
Scope 1	115,7	3,1	126,7	3,6	-11,0	-8,7
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	115,7	3,1	95,8	2,7	19,9	20,8
Wärme (eigenerzeugt)	99,2	2,7	82,7	2,4	16,5	20,0
Kältemittelleckagen	16,5	0,4	13,1	0,4	3,4	25,7
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	0,0	0,0	30,9	0,9	-30,9	-14,3
Fuhrpark	0,0	0,0	30,9	0,9	-30,9	-14,3
Scope 2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (Fuhrpark)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (stationär)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Wärme (eingekauft)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Eingekaufte Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Scope 3	3.564,0	91,5	3.379,8	96,4	184,1	5,9
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	3.367,8	91,5	2.987,2	85,2	380,6	12,7
Bedruckstoffe	2.481,9	67,4	2.899,5	82,7	-417,5	-14,4
Hilfs- und Betriebsstoffe	1,1	0,0	1,4	0,0	-0,3	-22,9
Druckprodukte	879,6	23,6	859,8	24,5	19,8	2,3
Büropapier	0,1	0,0	0,2	0,0	-0,2	-78,3
Verpackungsmaterial	0,3	0,0	55,9	1,6	-55,6	-99,5
Wasser	4,9	0,1	28,7	0,8	-23,8	-82,8
Elektronische Geräte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Externes Rechenzentrum	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gastronomie	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	33,3	0,9	167,0	4,8	-133,7	-80,0
Vorkette Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Vorkette Strom	0,1	0,0	143,9	4,1	-143,8	-99,9
Vorkette Wärme	18,3	0,5	18,4	0,5	-0,2	-0,8
Vorkette Fuhrpark	N.A.	N.A.	4,7	0,1	0,0	218,1
Vorgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Eingangsllogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	0,0	0,0	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Betriebsabfall	0,0	0,0	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Geschäftsreisen	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Flüge	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Hotelübernachtungen	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Bahn	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Miet- und Privatfahrzeuge	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	177,8	4,8	225,6	6,4	-47,9	-21,2
Anfahrt Mitarbeitende	154,1	4,1	214,6	6,1	-60,4	-28,2
Homeoffice	23,6	0,6	11,1	0,3	12,6	113,6
Nachgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Ausgangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Produktentsorgung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gesamtergebnis	3.679,7	100,0	3.506,6	100,0	214,6	6,1

Standort Magdeburg *

Emissionsquellen	2021		2020		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	%
Scope 1	0,0	0,0	3,2	0,2	-3,2	-100,0
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	0,0	0,0	3,2	0,2	-3,2	-100,0
Wärme (eigenerzeugt)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kältemittelleckagen	0,0	0,0	3,2	0,2	-3,2	-100,0
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Fuhrpark	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 2	90,6	9,0	222,7	17,1	-132,1	-59,3
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf	0,0	0,0	222,7	17,1	-222,7	-100,0
Strom (Fuhrpark)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Strom (stationär)	0,0	0,0	222,7	17,1	-222,7	-100,0
Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf	90,6	9,0	63,8	4,9	26,8	42,0
Wärme (eingekauft)	90,6	9,0	63,8	4,9	26,8	42,0
Eingekaufte Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Scope 3	917,0	91,0	1.012,7	77,9	-95,7	-9,5
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	830,1	82,4	888,9	68,4	-58,7	-6,6
Bedruckstoffe	827,8	82,2	888,2	68,4	-60,4	-6,8
Hilfs- und Betriebsstoffe	1,3	0,1	0,2	0,0	1,1	687,5
Verpackungsmaterial	1,3	0,1	0,0	0,0	1,2	3050,0
Wasser	0,1	0,0	0,3	0,0	-0,3	-82,4
Büropapier	k.A.	k.A.	0,1	0,0	N.A.	N.A.
Druckprodukte	N.A.	N.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Elektronische Geräte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Externes Rechenzentrum	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gastronomie	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	45,7	4,5	79,4	6,1	-33,7	-42,5
Vorkette Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Vorkette Strom	30,2	3,0	65,9	5,1	-35,7	-54,2
Vorkette Wärme	15,5	1,5	13,5	1,0	2,0	15,0
Vorkette Fuhrpark	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Vorgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Eingangsllogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	0,3	0,0	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Betriebsabfall	0,3	0,0	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Geschäftsreisen	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Flüge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotelübernachtungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bahn	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Miet- und Privatfahrzeuge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	40,9	4,1	43,8	3,4	-2,9	-6,7
Anfahrt Mitarbeitende	36,6	3,6	38,6	3,0	-2,0	-5,2
Homeoffice	4,3	0,4	5,3	0,4	-0,9	-17,8
Nachgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Ausgangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Produktentsorgung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gesamtergebnis	1.007,6	100,0	1.299,1	100,0	-291,6	-22,4

* 2021: Einsatz von Grünstromzertifikaten als Ausgleich für die Emissionen des aktuellen Strommix

Standort Schwandorf

Emissionsquellen	2021		2020 (Korrektur*)		2020 (Original)		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	%
Scope 1	959,9	5,0	975,9	4,3	286,5	0,6	-16,0	-1,6
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	886,0	4,6	975,9	4,3	286,5	0,6	-89,9	-9,2
Wärme (eigenerzeugt)	700,0	3,6	760,2	3,4	75,7	0,4	-60,2	-7,9
Kältemittelleckagen	186,0	1,0	197,6	0,9	197,6	0,2	-11,7	-5,9
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	73,9	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	73,9	0,0
Fuhrpark	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 2	303,2	1,6	266,3	1,3	266,3	0,6	37,0	13,9
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (Fuhrpark)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (stationär)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf	303,2	1,6	266,3	1,3	266,3	1,3	37,0	13,9
Wärme (eingekauft)	303,2	1,6	266,3	1,3	266,3	1,3	37,0	13,9
Eingekaufte Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Scope 3	18.074,6	93,5	20.746,8	97,5	46.859,3	98,8	-2.672,2	-13,1
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	17.042,3	88,1	19.668,5	92,4	46.859,3	98,8	-2.626,2	-13,4
Bedruckstoffe	15.829,9	82,4	18.182,9	85,4	18.182,9	38,4	-2.353,0	-12,9
Hilfs- und Betriebsstoffe	955,6	5,0	1.050,4	4,9	27.160,5	57,3	-94,8	-9,0
Verpackungsmaterial	109,3	0,6	300,4	1,4	300,4	0,6	-191,1	-63,6
Druckprodukte	146,8	0,8	2,2	0,0	2,2	0,0	144,7	6727,9
Büropapier	0,1	0,0	129,3	0,6	129,3	0,3	-129,1	-99,9
Wasser	0,6	0,0	3,4	0,0	3,4	0,0	-2,8	-82,5
Elektronische Geräte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Externes Rechenzentrum	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gastronomie	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	576,1	3,0	475,9	2,2	475,9	2,2	100,2	21,0
Vorkette Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Vorkette Strom	311,3	1,6	321,1	1,5	321,1	1,5	-9,8	-3,1
Vorkette Wärme	264,8	1,4	144,2	0,7	144,2	0,7	120,6	83,6
Vorkette Fuhrpark	42,4	0,2	0,0	0,0	10,6	0,0	42,4	0,0
Vorgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Eingangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	4,9	0,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Betriebsabfall	4,9	0,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Geschäftsreisen	0,9	0,0	5,3	0,0	5,3	0,0	-4,5	-83,9
Flüge	k.A.	k.A.	5,1	0,0	5,1	0,0	0,0	0,0
Hotelübernachtungen	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Bahn	0,9	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,6	218,5
Miet- und Privatfahrzeuge	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	408,1	2,1	597,1	2,8	597,1	2,8	-189,0	-31,7
Anfahrt Mitarbeitende	338,7	1,8	592,9	2,8	592,9	2,8	-254,3	-42,9
Homeoffice	69,4	0,4	4,1	0,0	4,1	0,0	65,3	1580,6
Nachgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Ausgangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Produktentsorgung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gesamtergebnis	19.337,7	100,0	21.988,9	100,0	47.412,1	100,0	-2.065,0	-9,7

* Durch Eingabefehler hatten wir im Jahr 2020 einen falschen Wert ermittelt.

Standort Nýřany *

Emissionsquellen	2021		2020		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	%
Scope 1	288,6	4,0	288,7	3,3	47,3	16,4
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	288,6	4,0	209,9	2,4	78,7	37,5
Wärme (eigenerzeugt)	239,9	3,3	206,9	2,4	33,1	16,0
Kältemittelleckagen	48,6	0,7	3,0	0,0	45,6	1526,1
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	47,4	0,6	78,8	0,9	-31,4	-39,9
Fuhrpark	0,0	0,0	78,8	0,9	-78,8	-100,0
Scope 2	0,0	0,0	1.812,8	20,8	-1.812,8	-100,0
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf	0,0	0,0	1.812,8	20,8	-1.812,8	-100,0
Strom (Fuhrpark)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (stationär)	0,0	0,0	1.812,8	20,8	-1.812,8	-100,0
Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Wärme (eingekauft)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Eingekaufte Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Scope 3	6.930,0	96,0	6.612,7	75,9	344,8	5,2
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	6.354,9	88,0	6.076,1	69,7	278,7	4,6
Bedruckstoffe	5.877,3	81,4	5.650,9	64,8	226,4	4,0
Hilfs- und Betriebsstoffe	10,6	0,1	241,2	2,8	-230,6	-95,6
Verpackungsmaterial	451,5	6,3	173,8	2,0	277,7	159,7
Wasser	0,3	0,0	1,5	0,0	-1,3	-83,7
Büropapier	15,2	0,2	8,7	0,1	6,5	74,7
Druckprodukte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Elektronische Geräte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Externes Rechenzentrum	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Gastronomie	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	234,7	3,3	251,6	2,9	10,6	4,2
Vorkette Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Vorkette Strom	193,6	2,7	190,6	2,2	3,1	1,6
Vorkette Wärme	41,1	0,6	46,1	0,5	-5,1	-11,0
Vorkette Fuhrpark	N.A.	N.A.	14,9	0,2	12,6	84,4
Vorgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Eingangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	56,9	0,8	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Betriebsabfall	56,9	0,8	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Geschäftsreisen	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Flüge	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Hotelübernachtungen	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Bahn	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Miet- und Privatfahrzeuge	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	283,5	3,9	284,9	3,3	-1,4	-0,5
Anfahrt Mitarbeitende	283,4	3,9	279,6	3,2	3,8	1,3
Homeoffice	0,2	0,0	5,3	0,1	-5,1	-97,2
Nachgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Ausgangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Produktentsorgung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gesamtergebnis	7.218,5	100,0	8.714,1	100,0	-1.420,7	-16,3

* 2021: Einsatz von Grünstromzertifikaten als Ausgleich für die Emissionen des aktuellen Strommix

Standorte gesamt

Emissionsquellen	2021		2020 (Korrektur)		2020 (Original)		Veränderung	
	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	Anteil %	Emissionen [t CO ₂]	%
Scope 1	1.493,7	4,5	1.671,4	4,5	1.000,1	1,6	-177,6	-10,6
Direkte Emissionen aus Einrichtungen des Unternehmens	1.419,9	4,2	1.464,5	3,9	779,9	1,2	-44,6	-3,0
Wärme (eigenerzeugt)	1.168,8	3,5	1.239,5	3,3	555,0	0,9	-70,8	-5,7
Kältemittelleckagen	251,1	0,8	225,0	0,6	225,0	0,4	26,1	11,6
Direkte Emissionen des Firmenfuhrparks	73,9	0,2	206,9	0,6	220,1	0,4	-133,0	-64,3
Fuhrpark	73,9	0,2	206,9	0,6	220,1	0,4	-133,0	-64,3
Scope 2	393,9	1,2	2.301,8	6,1	2.301,8	3,7	-1.907,9	-82,9
Eingekaufter Strom für den Eigenbedarf	0,0	0,0	2.035,5	5,4	2.035,5	3,2	-2.035,5	-100,0
Strom (Fuhrpark)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Strom (stationär)	0,0	0,0	2.035,5	5,4	2.035,5	3,2	-2.035,5	-100,0
Eingekaufte Wärme, Dampf und Kühlung für den Eigenbedarf	393,9	1,2	266,3	0,7	266,3	0,4	127,6	47,9
Wärme (eingekauft)	393,9	1,2	266,3	0,7	266,3	0,4	127,6	47,9
Eingekaufte Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Scope 3	31.536,4	94,4	33.468,1	89,4	59.467,4	94,7	-1.931,7	-5,8
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	29.316,6	87,7	30.887,4	82,5	56.997,6	90,8	-1.570,8	-5,1
Bedruckstoffe	25.887,2	77,5	27.523,7	73,5	27.523,7	43,8	-1.636,6	-5,9
Hilfs- und Betriebsstoffe	1.002,1	3,0	1.329,4	3,6	27.439,5	43,7	-327,3	-24,6
Verpackungsmaterial	584,8	1,7	531,7	1,4	531,7	0,8	53,1	10,0
Druckprodukte	1.821,2	5,4	1.294,9	3,5	1.294,9	2,1	526,2	40,6
Büropapier	15,4	0,0	138,8	0,4	138,8	0,2	-123,5	-88,9
Wasser	6,0	0,0	68,8	0,2	68,8	0,1	-62,8	-91,3
Elektronische Geräte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Externes Rechenzentrum	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gastronomie	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	1.000,9	3,0	1.191,8	3,2	1.070,2	1,7	-190,9	-16,0
Vorkette Kälte	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,0	0,0
Vorkette Strom	596,7	1,8	782,5	2,1	782,5	1,2	-185,8	-23,7
Vorkette Wärme	361,8	1,1	364,3	1,0	251,3	0,4	-2,5	-0,7
Vorkette Fuhrpark	42,4	0,1	45,0	0,1	36,4	0,1	-2,6	-5,7
Vorgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Eingangslgistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Abfälle aus dem Betrieb	69,2	0,2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Betriebsabfall	69,2	0,2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Geschäftsreisen	7,2	0,0	11,6	0,0	22,3	0,0	-4,4	-38,0
Flüge	5,4	0,0	8,2	0,0	8,3	0,0	-2,8	-34,4
Hotelübernachtungen	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	3,5	0,0	0,0	0,0
Bahn	1,8	0,0	3,4	0,0	10,6	0,0	-1,6	-46,5
Miet- und Privatfahrzeuge	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	1.142,6	3,4	1.377,3	3,7	1.377,3	2,2	-234,8	-17,0
Anfahrt Mitarbeitende	1.036,0	3,1	1.341,5	3,6	1.341,5	2,1	-305,6	-22,8
Homeoffice	106,6	0,3	35,8	0,1	35,8	0,1	70,8	197,7
Nachgelagerter Transport und Verteilung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Ausgangslogistik	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Entsorgung von verkauften Produkten am Ende ihrer Lebensdauer	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Produktentsorgung	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0,0	0,0
Gesamtergebnis	33.424,0	100,0	37.441,3	100,0	62.769,3	100,0	-4.017,2	-10,7

