NACHHALTIGKEITSBERICHT 2022

DER KOLIBRI-GRUPPE

Kleinmachnow im September 2023



Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Geschäftsführung *3*

Vorwort der Nachhaltigkeitsmanagerin *5*

Über den Bericht *7*

Die Unternehmensgruppe KOLIBRI **10**

Entwicklung 10

Unternehmen und Organisation 11

Führungsstruktur 12

Branchen und Produkte 14

Zahlen und Fakten auf einen Blick 19

Was Nachhaltigkeit für uns bedeutet **21**

Nachhaltigkeitsstrategie 21

Unser Verfahren zur Bestimmung der potenziell wesentlichen Themenfelder 23

Erarbeitung unserer Fokus- und Handlungsfelder 27

Unsere Fokusfelder 29

Unsere Handlungsfelder auf Segment-Ebene 32

Verantwortung für unsere Umwelt **34**

Betriebliches Abfallmanagement und Ressourcenschutz 34

Verpackungen: Reduce, Reuse, Recycle 42

Klimaschutz: KOLIBRI goes zero 56

Unser CO_2-Fußabdruck 58

Betrieblicher Klimaschutz 68

Klimafreundliche Mobilität 80

Personal – Unser Erfolgsfaktor **84**

Attraktiver Arbeitgeber 94

Diversität und Chancengleichheit 104

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 109

Mitarbeiterentwicklung 117

Unternehmerische Verantwortung **119**

Unsere Kunden 119

Corporate Compliance 123

Datenschutz 127

Partnerschaften 129

Lieferantenmanagement 135

Soziales Engagement **143**

GRI-Index *147*

Impressum *151*

Vorwort der Geschäftsführung

Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Handelns

Die Nachwirkungen der Covid-19-Pandemie, der rasanten Entwicklung der Energiepreise sowie der Anstieg der Inflation in Deutschland hat das gesellschaftliche, soziale und wirtschaftliche Leben geprägt und uns in allen Bereichen vor große Herausforderungen gestellt. Insbesondere das Auftreten mehrerer wirtschaftlicher Krisenfaktoren gleichzeitig führt zu noch nie dagewesenen Belastungen im wirtschaftlichen und sozialen Kontext.

Auch unter diesen herausfordernden Rahmenbedingungen ist es der KOLIBRI Gruppe gelungen, das Jahr 2022 wirtschaftlich zufriedenstellend zu absolvieren und nachhaltiges Wachstum zu generieren.

Die anhaltend positive Entwicklung der KOLIBRI Gruppe konnte trotz der Rahmenparameter durch eine schnelle und konsequente Umsetzung einer Vielzahl strategischer, aber auch taktischer Maßnahmen erzielt werden. Diese Dynamik hat es uns ermöglicht, unsere Geschäftsmodelle nicht nur an den Anforderungen des jeweiligen Marktes auszurichten, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit der KOLIBRI Gruppe weiterhin zu erhalten. Somit ist uns weiteres Wachstum in einer Situation gelungen, in der in vielen Branchen Krisenstimmung herrschte, insbesondere in der Logistikbranche, welche in direkter Abhängigkeit globaler Warenströme und wirtschaftlicher Entwicklungen steht.

Zur Risikominimierung wurden auch konsequenterweise Geschäftsbereiche im Jahr 2022 aufgegeben, die entweder wirtschaftlich oder auch unter geopolitischen Aspekten nicht länger tragbar waren. Hier sei insbesondere auf den kompletten Ausstieg der marinen Tätigkeiten und den vollständigen Ausstieg aus dem Verlegen von Büchern aufgrund nicht mehr kalkulierbarer Rohstoffbeschaffung verwiesen. Dabei spielte und spielt Nachhaltigkeit für das unternehmerische Handeln des KOLIBRI-Vorstands die entscheidende Rolle.

Konsequenter als je zuvor haben wir alle Maßnahmen und Projekte auf deren Nachhaltigkeit auf Grundlage unserer Corporate Governance überprüft. Herauszuheben sind hier die Integration und das Zusammenwachsen der Gruppenunternehmen vor allem im IT-Bereich, die Fokussierung auf eine umfassende Digitalisierungsstrategie sowie tiefgreifende Investition in Zukunftstechnologien und neues Equipment.

Ausschlaggebend dafür, dass wir unsere Marktposition auch im Jahr 2022 ausbauen und weiter expandieren konnten, war letztendlich jedoch der außergewöhnliche Einsatz unserer rund 5.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ohne das Engagement dieser, deren Belastbarkeit und Verbundenheit zur KOLIBRI, hätten wir die Herausforderungen nicht meistern können. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bewiesen, dass sie auch unter erschwerten Bedingungen einen außergewöhnlichen Service und zuverlässige

Dienstleistungen erbringen können. Die Treue und das positive Feedback unserer Kundinnen und Kunden haben dies bestätigt.

Damit wir die Rahmenbedingungen für eine langfristig erfolgreiche Entwicklung der KOLIBRI Gruppe schaffen, fühlen wir uns als Geschäftsführung auch zukünftig dem Leitbild der Nachhaltigkeit – mit ihren drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales – verpflichtet.

Kleinmachnow, im September 2023





Dr. Wolfram Simon-Schröter

Dominik Wiehage

Geschäftsführung,
Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA

Vorwort der Nachhaltigkeitsmanagerin

Liebe Leserinnen und Leser,

als Nachhaltigkeitsmanagerin ist es mir eine außerordentliche Freude und Ehre, Ihnen diesen Bericht vorzustellen, der einen Meilenstein auf unserem Weg zur nachhaltigen Entwicklung bildet. Es ist uns nicht nur erstmals ein Bericht nach internationalen Standards gelungen, sondern auch ein Bericht, der die Nachhaltigkeitsaktivitäten und -kennzahlen aller neun Gesellschaften zusammenfasst.

Der Bericht bietet Einblick in unsere Vision für eine nachhaltige Zukunft, unsere strategischen Ansätze, die Herausforderungen, denen wir gegenüberstehen, sowie die Fortschritte, die wir erzielt haben. Dieser Bericht ist mehr als nur eine Dokumentation unserer Aktivitäten. Er ist Ausdruck unseres Engagements, Veränderungen zu bewirken, unseren Fußabdruck zu minimieren und einen positiven Einfluss auf die Welt um uns herum auszuüben.

Unsere Unternehmensgruppe hat sich dem Prinzip der Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiter:innen, Gemeinschaften und der Umwelt verschrieben. Mit der Veröffentlichung dieses Berichts möchten wir einen Schritt weiter gehen und unsere Bemühungen in Richtung Transparenz, Rechenschaftspflicht und kontinuierlicher Verbesserung demonstrieren. Durch die Adaption international anerkannter Standards in der Nachhaltigkeitsberichterstattung, wie den Global Reporting Initiative (GRI) Standards und den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen, wollen wir unsere Leistung in Bezug auf soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte in einem globalen Kontext präsentieren.

Dank unseres engagierten Nachhaltigkeitsteams und dem kontinuierlichen Dialog mit unseren Stakeholdern konnten wir bedeutende Fortschritte in Bezug auf unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen. Doch die Reise ist noch lange nicht beendet: Wir sind fest entschlossen, unsere Anstrengungen zu intensivieren und kontinuierlich zu lernen, zu wachsen und zu verbessern.

Als Nachhaltigkeitsteam der KOLIBRI Gruppe stehen wir einer Reihe von Herausforderungen gegenüber, während wir uns bemühen, nachhaltige Praktiken in allen Gesellschaften zu implementieren und zu festigen. Eine der zentralen Herausforderungen besteht darin, eine effektive Integration von Nachhaltigkeit in sämtliche Geschäftsbereiche zu gewährleisten. Dies erfordert ein Umdenken und eine Anpassung unserer operativen Prozesse, um sicherzustellen, dass Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmenskultur verankert ist. Des Weiteren stehen wir vor der Aufgabe, unsere Mitarbeiter:innen in den nachhaltigen Wandel zu integrieren. Wir möchten sicherstellen, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ein grundlegendes Verständnis für Nachhaltigkeit hat und in der Lage ist, nachhaltige Prinzipien in seinem Arbeitsalltag anzuwenden. Schulungen und Aufklärung sind dabei von entscheidender Bedeutung.

Langfristig verfolgen wir bei KOLIBRI ehrgeizige Ziele. Wir streben an, bis zum Jahr 2030 einen signifikanten Prozentsatz unserer Energie aus erneuerbaren Quellen zu beziehen und unsere Treibhausgasemissionen erheblich zu reduzieren. Ebenso setzen wir uns zum Ziel, unsere Produktionsabfälle zu minimieren und den Einsatz von recycelten Materialien zu maximieren.

Gemeinsam streben wir nach einer nachhaltigen Zukunft, in der Wohlstand, Gerechtigkeit und Umweltbewusstsein Hand in Hand gehen. Wir laden Sie ein, diese Reise mit uns fortzusetzen und gemeinsam an einer Welt zu arbeiten, die für kommende Generationen lebenswert ist.

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Nachhaltigkeitsbericht und Ihr Vertrauen in unsere Unternehmensgruppe.

Mit nachhaltigen Grüßen,



Pia Esterl

Nachhaltigkeitsmanagerin,
Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA

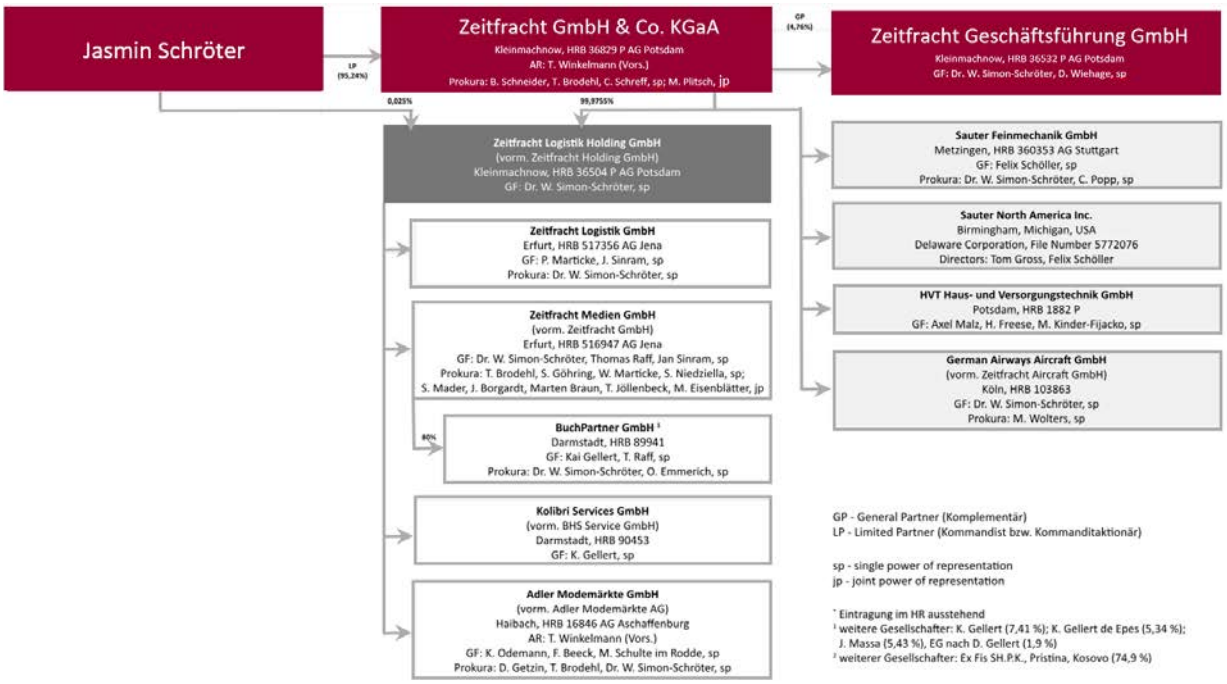
Über den Bericht

2-1, 2-2, 2-3

Das vorliegende Reporting ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA[1] nach dem weltweit etablierten Rahmenwerk der Global Reporting Initiative (GRI). Der Bericht wurde in Anlehnung an die Option „unter Bezugnahme auf die GRI" erstellt. Wir haben uns für dieses Framework entschieden, um das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich zu betrachten und ein Höchstmaß an Transparenz in Bezug auf unsere Auswirkungen auf Wirtschaft, Umwelt und Menschen zu gewährleisten.

Als Familienunternehmen ist sich die KOLIBRI Gruppe ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und hat sich das Ziel gesetzt, ihre Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit weiter zu intensivieren. Im Berichtszeitraum 2022 haben wir deswegen eine Nachhaltigkeitsstrategie erstellt, in der wir Ziele, wirksame Maßnahmen und Kennzahlen zur Zielkontrolle definieren. Relevante Themen für dieses Reporting haben wir auf Basis einer hybriden Wesentlichkeitsanalyse erstellt (siehe dazu den Abschnitt „Stakeholderdialog und Wesentlichkeitsanalyse"). Künftig werden wir diese nach dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit durchführen. Damit gewährleisten wir die Erfüllung der EU-Vorgaben im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Bei der erstmaligen Berichterstattung nach GRI konzentrieren wir uns auf den Teil der Unternehmensgruppe, der ab 2026 durch die Einführung der CSRD berichtspflichtig sein wird:



[1] *Im Juli 2023 wurde die Zeitfracht GmbH & Co. KGaA in die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA umfirmiert. Im hier vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht verwenden wir daher bereits die neue Firmenbezeichnung Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA. Entsprechend nennen wir die gesamte Unternehmensgruppe in diesem Reporting KOLIBRI Gruppe.*

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht haben wir folgende Entitäten berücksichtigt:



Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA, Zeitfracht Logistik Holding GmbH, Zeitfracht Logistik GmbH, Zeitfracht Medien GmbH, BuchPartner GmbH (inkl. Kolibri Services GmbH), Adler Modemärkte GmbH, HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH, Sauter Feinmechanik GmbH (Europa), Coconad GmbH.
Die Aktivitäten der Kolibri Services GmbH sind tief im operativen Geschäft der BuchPartner GmbH verankert. Kennzahlen zu diesen beiden Gesellschaften werden in diesem Bericht daher konsolidiert dargestellt.

Um uns bestmöglich auf die Erfüllung des neuen Gesetzes vorzubereiten, haben wir uns entschieden, bereits 2022 nach internationalen Standards zu berichten und die auftretenden Datenlücken bis 2026 schrittweise zu schließen. Bei den berücksichtigten Entitäten handelt es sich gleichzeitig um Gesellschaften, die alle unter der strategischen Obergesellschaft Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA eingegliedert sind und eine hohe

Stakeholderrelevanz für die KOLIBRI Gruppe aufweisen. Unsere wichtigsten Stakeholder sind Kund:innen, Mitarbeitende, Lieferant:innen und Investor:innen.

Bei der Zeitfracht Logistik Holding GmbH handelt es sich um die strategische Obergesellschaft der Logistik-Gruppe ohne charakteristisches operatives Geschäft und Mitarbeitende. 2021 hat die Zeitfracht Logistik Holding eine Anleihe mit einem Volumen von 30,5 Mio. Euro begeben, um nicht nur die Logistik-Gruppe weiter zu stärken, sondern vor allem, um in die Bereiche Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu investieren. Im folgenden Bericht gehen wir auf diese Gesellschaft nicht weiter ein, da sie in den ausgewerteten Kennzahlen keine Relevanz findet.

Die German Airways Aircraft GmbH, die ebenfalls eine Tochtergesellschaft der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA ist, hat in den gewählten Systemgrenzen des Berichtes und den ausgewählten Kennzahlen keine Relevanz. Sie ist die Besitzgesellschaft der Flugzeugflotte der German Airways GmbH, welche selbst keine Tochtergesellschaft der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA ist. Die German Airways Aircraft GmbH verfügt darüber hinaus auch nicht über Mitarbeitende oder ein operatives Geschäft, weshalb die Gesellschaft für die ausgewählten Kennzahlen zur Beschreibung von Nachhaltigkeitsaktivitäten irrelevant ist.

Die Aussagen zu den einzelnen Standards beziehen sich auf die gesamte Unternehmensgruppe oder auf bestimmte Branchen oder Segmente der KOLIBRI Gruppe. Bei Indikatoren, die nur für einzelne Unternehmen relevant sind, verzichten wir auf eine konsolidierte Darstellung. Dies machen wir an den entsprechenden Stellen kenntlich.

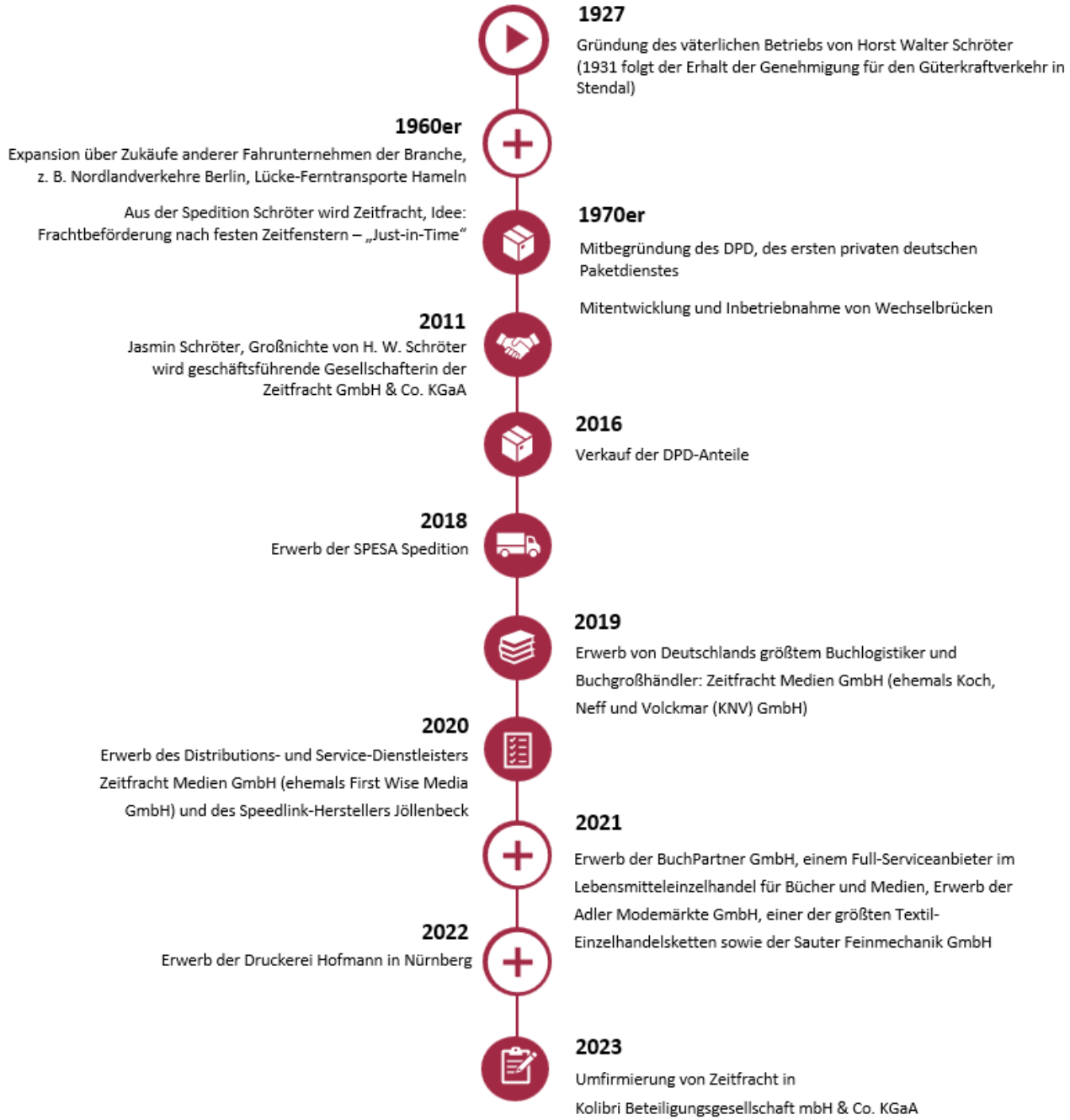
Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2022 und stimmt mit dem Zeitraum unserer Finanzberichterstattung überein. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde am 27.09.2023 veröffentlicht.

Um einen konsistenten Überblick über unsere nachhaltigkeitsbezogenen Leistungen zu geben, will die KOLIBRI Gruppe künftig einmal jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen. Vorerst ist die Veröffentlichung ab Zeitpunkt der Berichtspflicht zum 31. Juni eines jeden Jahres geplant. Langfristig wollen wir den Finanzbericht und den Nachhaltigkeitsbericht zeitgleich veröffentlichen und die jeweiligen Angaben miteinander in einen Kontext setzen.

Fragen zum vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht und den darin enthaltenen Informationen können die Leserinnen und Leser per E-Mail an nachhaltigkeit@zeitfracht.de senden. Das für den Bericht zuständige Vorstandsmitglied ist Dominik Wiehage, Referentin für Nachhaltigkeit ist Pia Esterl.

Die Unternehmensgruppe KOLIBRI

Entwicklung



Unternehmen und Organisation

2-1



Die **KOLIBRI Gruppe** ist eine international tätige Unternehmensgruppe mit Fokus auf die Medien- und Transportlogistik und den Retailbereich. Das Unternehmen wurde im Jahr 1927 gegründet und ist seitdem stetig gewachsen. Heute beschäftigen wir mehr als 5.700 Mitarbeitende an knapp 20 Standorten (*nicht berücksichtigt: 128 Adler-Filialen*) in Europa (e.g. Luxemburg, Schweiz und Österreich). Der Hauptsitz der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA, vormals Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, ist Kleinmachnow bei Berlin.

Die Unternehmensgruppe wird in dritter Generation von Jasmin Schröter – Gesellschafterin und Großnichte des Firmengründers Horst Walter Schröter – und ihrem Mann Wolfram Simon-Schröter – Geschäftsführer – geführt.

Die KOLIBRI Gruppe ist in verschiedene Geschäftsbereiche unterteilt, darunter Luft- und Raumfahrt, Medien- & Retaillogistik, Fulfillment, E-Commerce sowie Einzelhandel. Jede Gesellschaft wird von erfahrenen Führungskräften geleitet, die für die strategische Planung und Umsetzung der Geschäftsaktivitäten verantwortlich sind.

Wir setzen auf flache Hierarchien und eine dezentrale Organisation. Die einzelnen Geschäftsbereiche haben einen hohen Grad an Autonomie und Flexibilität, um schnell auf die Anforderungen des Marktes reagieren zu können. Gleichzeitig werden Entscheidungen auf der Grundlage einer gemeinsamen Vision und Strategie getroffen, um eine kohärente und effektive Unternehmensführung sicherzustellen.

Die KOLIBRI Gruppe ist bekannt für ihre **Innovationskraft**, ihre **Vielfalt** und ihr anhaltendes Engagement für umweltfreundliche und sozial verantwortliche Geschäftspraktiken. Das Unternehmen investiert kontinuierlich in die Entwicklung neuer Technologien und Arbeitsweisen, um den Kundenservice zu verbessern und gleichzeitig die Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Die KOLIBRI Gruppe ist eine dynamische und vielfältige Organisation, die auf die Bedürfnisse ihrer Kund:innen und Mitarbeitenden eingeht und sich für eine verantwortungsvolle Geschäftspraxis und eine **nachhaltige Zukunft** einsetzt.

Führungsstruktur

2-9, 2-11

Der **Aufsichtsrat** ist das höchste Kontrollorgan der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA und hat drei Mitglieder:



Jasmin Schröter

führt als Gesellschafterin der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA die Unternehmensgruppe in der dritten Generation. Ihr Großonkel und Firmengründer Horst Walter Schröter hatte der 37-jährigen das Unternehmen 2011, zwei Jahre vor seinem Tod, übergeben. Seitdem ist die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA hauptsächlich im Bereich Logistik auf heute etwa 5.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angewachsen.



Thomas Winkelmann

kam 1998 zur Lufthansa. Dort hatte er bis 2017 verschiedene Führungspositionen inne, unter anderem als Vice President The Americas in New York. Danach war er CEO der Germanwings GmbH, Leiter des Lufthansa Hubs in München und zuletzt CEO der Air Berlin Gruppe. Seit 2013 ist er Mitglied des Board of Directors von Jet Blue. Thomas Winkelmann begleitet die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA bereits seit 2018 und ist seit 2020 Vorsitzender des Aufsichtsrates. Seit 2022 ist er ebenfalls Aufsichtsratsvorsitzender der Adler Modemärkte GmbH.



David Knower

ist seit 2003 Partner und Leiter der Cerberus Deutschland Beteiligungsberatung GmbH. Zuvor war er Inhaber und Geschäftsführer von Invenimus und elf Jahre lang für Procter & Gamble tätig. Er ist Vorstand der Amerikanischen Handelskammer in Deutschland, Vorstandsmitglied des Aspen Instituts in Deutschland und Vorstandsmitglied des American Institute of Contemporary German Studies in Washington.

Die Aufgabe des Aufsichtsrates ist es, die Geschäftsführung der KOLIBRI Gruppe bei der Unternehmensführung zu beraten und zu überwachen. In Entscheidungen von grundlegender strategischer Bedeutung für die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA und deren verbundener Unternehmen bindet die Geschäftsführung den Aufsichtsrat zur Beratung ein. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrates regelt ferner die Kompetenzen des Aufsichtsrats und legt fest, welche Rechtsgeschäfte und Maßnahmen der Geschäftsführung der Zustimmung des Aufsichtsrates bedürfen. Der Aufsichtsrat übt seine Tätigkeiten nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmung und der Satzung aus.

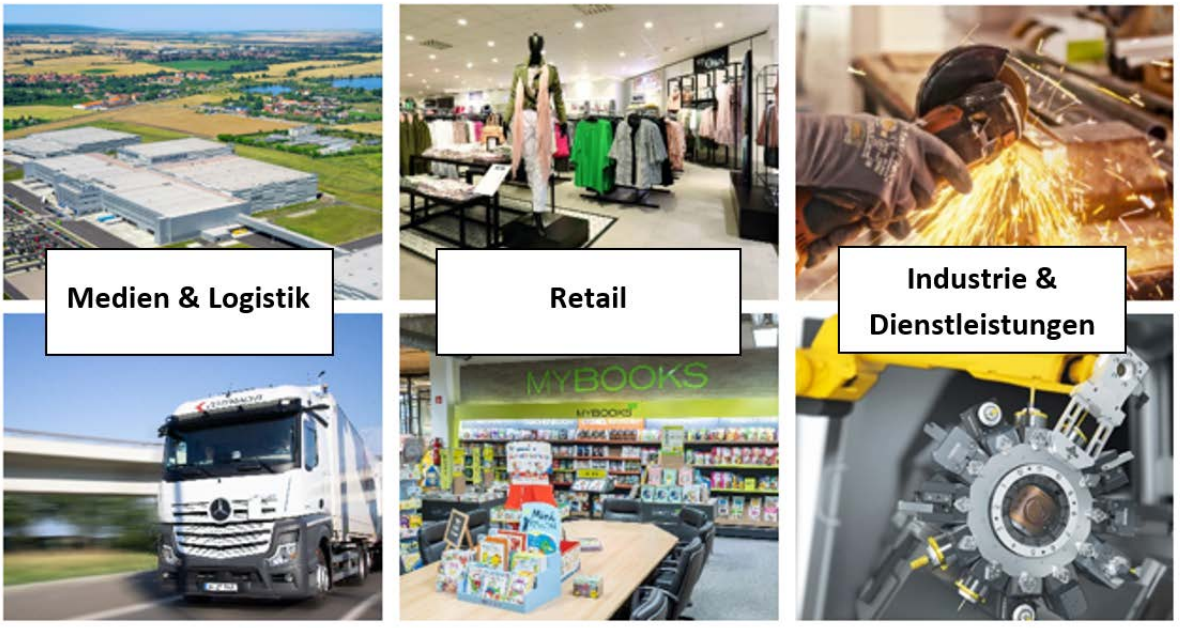
Branchen und Produkte

2-6

Die KOLIBRI Gruppe ist ein modernes, mittelständisches **Familienunternehmen** in dritter Generation. Gestartet als Logistikdienstleister, haben wir bereits seit über **90 Jahren** einen festen Platz in der nationalen und internationalen Logistikbranche. Die KOLIBRI Gruppe hat sich als einer der führenden Anbieter für Systemverkehre in Europa einen Namen gemacht. Weitere Kernkompetenzen sind die Bereiche Fulfillment, Medienlogistik und Retaillogistik. Darüber hinaus haben wir uns zu einer Unternehmensgruppe entwickelt, die Produkte und Dienstleistungen auch in den Bereichen Luftfahrt, Gebäudetechnik und Consulting anbietet.

Unser Erfolg beruht maßgeblich auf gesundem und nachhaltigem Unternehmenswachstum, der Förderung innovativer Produkte, Prozesse und Lösungen, die dem Unternehmen helfen, globale Herausforderungen wie steigende Bevölkerungszahlen, Klimawandel und fortschreitende Digitalisierung zu bewältigen, sowie dem Engagement und der Motivation unserer Mitarbeitenden.

Für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten haben wir die verschiedenen Gesellschaften der KOLIBRI Gruppe in Bereiche ähnlicher Branchen aufgeteilt, die nachfolgend vorgestellt werden.



Segment Logistik & Medien

Schnell, zuverlässig, international



Zum Segment Logistik & Medien zählen wir die Gesellschaften **Zeitfracht Medien GmbH** und **Zeitfracht Logistik GmbH**. Konsolidierte Zahlen zu diesem Segment beziehen sich auch im weiteren Verlauf des Berichtes zu diesen beiden Gesellschaften. Die Zeitfracht Logistik Gruppe zählt zu den europaweit führenden Logistikdienstleistern. Kernkompetenzen sind die Medienlogistik, inklusive Barsortiment, Verlagsauslieferung und Fulfillment sowie der System-, Linien- und Begegnungsverkehr. Die Logistik Gruppe agiert in ihrer Funktion an den Standorten Erfurt, Stuttgart, Arnstadt, Berlin, Raunheim, Hannover und Münster mit regionalen Kompetenzen. Für neue Mitglieder der KOLIBRI Gruppe werden neue Verkehre in das bestehende Zeitfracht-Transportnetz integriert, was die Vorteile der dynamischen Entwicklung der KOLIBRI Gruppe, wie das Nutzen von Synergien innerhalb der Gruppe, einmal mehr unterstreicht.

Standorte der Zeitfracht Medien GmbH



Das Barsortiment hat etwa 4.440 Filialen, wovon 3.300 in Deutschland ansässig sind. Gemessen am Umsatz werden etwa 99 Prozent der Umsätze in der EU realisiert, 91,1 Prozent in der DACH-Region. Die Endkundenbelieferung macht im Großhandel einen Anteil von 29 Prozent aus. Hier wird die Ware direkt aus unserem Logistikzentrum an den Endverbraucher

versand. Das Unternehmen hat sich gut auf die sich immer stärker vernetzten Logistikmärkte eingestellt und beste Grundlagen für eine weitere positive Geschäftsentwicklung gelegt. Für das Barsortiment gibt es etwa 4.100 Lieferant:innen, für den Eigenbedarf circa 500. Die Geschäftsbeziehungen, den Eigenbedarf betreffend, sind vielfältig und erstrecken sich von Dienstleistungen über Beratungsverträge und Lieferung von Produkten. Die Lieferkette für das Produkt Buch ist insgesamt sehr energieintensiv, es handelt sich um ein hochindustrialisiertes Produkt mit wenigen manuellen Schritten in der Herstellung.

Ein weiterer Schwerpunkt der Logistik Gruppe umfasst die Bereiche Vertrieb und Marketing von Elektronikprodukten vorrangig in Heeslingen. Das Sortiment im Bereich Elektronik und Elektronikzubehör erstreckt sich über 2500 Artikel von 71 Marken, darunter auch unsere beliebte Eigenmarke **Speedlink**. Unsere 3000 Retail- und ETail-Kund:innen stammen vorwiegend aus dem Raum Deutschland und Österreich. Mit unserer Online-Plattform und unserer Marke Speedlink erreichen wir Großhändler und -kunden europaweit.

Druck im LED-UV- und Rollenoffsetdruck sowie Print-on-Demand sind Dienstleistungen, die wir dank der Übernahme von Hofmann Druck mit Standort in Nürnberg 2022 in unser Firmenportfolio mit aufnehmen konnten und das Serviceportfolio abrunden.

Unsere Unternehmen überzeugen durch modernste Technik, erstklassige Vernetzung und enorme Flexibilität, die individuelle Kundenwünsche perfekt abbilden.

Segment Retail

Starker Partner im Einzelhandel



Zum Segment Retail zählen wir die Gesellschaften Adler Modemärkte GmbH und BuchPartner GmbH inkl. Kolibri Services GmbH. Für den KOLIBRI-Unternehmensverbund ist dieser Geschäftsbereich noch relativ neu. Wir haben vor dem Hintergrund, dass es auch am Point of Sale auf eine starke Logistik ankommt, in den letzten Jahren strategisch Unternehmenszukäufe in diesem Bereich durchgeführt.

Seit dem Sommer 2021 ist **Adler Modemärkte GmbH** (vormals AG) mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg Teil der KOLIBRI Gruppe. Die Mode-Einzelhandelskette mit insgesamt 128 Filialen in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz und einem umfangreichen Online-Angebot von Textilien, Schuhen, Lederwaren,

Büchern und Kleinelektronik hat eine ganz besondere Verantwortung für Nachhaltigkeit.

Die Gesellschaft verfügt über 84 Eigenmarken-Lieferant:innen und weitere 212 Fremdmarken-Lieferant:innen. Mit Lieferant:innen aus Hauptproduktionsländern wie China, Bangladesch, Indien oder der Türkei hat die strikte Einhaltung und Überprüfung von umfassenden Sozial- und Umweltstandards höchste Priorität. Kennzahlen aus dem Social-Compliance-Bereich beziehen sich im folgenden Bericht daher vorrangig auf die Adler Modemärkte GmbH.



Als Fullserviceanbieter im Produktbereich Buch ergänzt die **BuchPartner GmbH** den Einzelhandelsbereich der KOLIBRI Gruppe. Die BuchPartner GmbH mit Sitz in Darmstadt gehört zu 80 % der Zeitfracht Medien GmbH. BuchPartner ist eines der führenden Buchgroßhandelsunternehmen im deutschsprachigen Raum Europas. Mit 40.000 qm Logistikfläche sowie rund 600 Mitarbeiter:innen ermöglicht das Unternehmen einen reibungslosen Handel. Das exklusive Sortiment umfasst mehr als 600.000 aktuelle Buchtitel und 10.000 Produkte aus dem Modernen Antiquariat. Das Unternehmen bedient fast ausschließlich Kund:innen aus dem Lebensmitteleinzelhandel und Fachmarktketten. BuchPartner ist in circa 5500 Märkten mit dauerhafter Buchplatzierung vertreten. Hinzukommen 4000 weitere Kund:innen im Aktionsbereich (temporäre Displayaktionen) in Discountern.

Die **Kolibri Services GmbH** steht unter der operativen Kontrolle der BuchPartner GmbH und bietet einen umfassenden Regalservice mit allen anfallenden Tätigkeiten, insbesondere Warenplatzierung/-verräumung in den Märkten, Bestellungen, Aufräumarbeiten, Reinigung der Warenträger, Retourenbearbeitung und Marketingaktivitäten. Kennzahlen im folgenden Bericht beziehen sich immer auf beide Gesellschaften, da sich diese durch die Vernetzung der Gesellschaften nicht voneinander getrennt darstellen lassen.

Der Retailbereich umfasst eine Vielzahl von Aktivitäten, die darauf abzielen, Wertschöpfung zu generieren und Geschäftsbeziehungen zu pflegen. Alle Gesellschaften im Bereich Retail engagieren sich in verschiedenen Aktivitäten, um Verbraucher:innen eine breite Auswahl an Produkten und Dienstleistungen anbieten zu können und einen Mehrwert zu erzeugen. Dazu gehören die Entwicklung neuer Produkte, die Gestaltung von ansprechenden Ladenlokalen, die Umsetzung von Marketingstrategien und die Pflege von Kundenbeziehungen.

Segment Industrie und Dienstleistungen

Industrie und Dienstleistungen sind ein wichtiger Bereich der Wirtschaft, der zur Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Wertschöpfung und zur Stärkung von Geschäftsbeziehungen beiträgt. Unternehmen wie HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH, Sauter Feinmechanik GmbH und Coconad GmbH sind in diesem Segment angesiedelt.

Die **HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH** mit Sitz in Potsdam bietet als Komplettversorger das ganze Paket der Versorgungstechnik aus einer Hand: Heizung, Lüftung, Kältetechnik, Sanitär- und Elektroinstallationen inklusive zukunftsorientierter Beratung, Planung, Installation und Wartung, insbesondere von solarthermischen Anlagen und Wärmepumpen. Zu unseren Kund:innen zählen öffentliche Auftraggeber (Wohnungsbaugenossenschaften, Stadtverwaltungen, Institutionen), aber auch private Auftraggeber (Hausverwaltungen, Eigentümer). Mit ihrem Einsatzgebiet in Berlin und Brandenburg realisiert die HVT Großprojekte im Neu- und Altbau und erfüllt für Wirtschaft, Staat und Gesellschaft ein Bündel grundlegender Aufgaben. Die HVT setzt und vertraut auf die Unterstützung regionaler Lieferanten.



Die **Sauter Feinmechanik GmbH** mit Sitz in Metzingen ist ein global aufgestelltes Unternehmen mit mehr als 300 Mitarbeiter:innen weltweit. Als Spezialist für Werkzeugträgersysteme konstruiert und fertigt Sauter präzise und wirtschaftliche Produkte, die den Fertigungsalltag internationaler Unternehmen zuverlässig optimieren. Zu den Kund:innen von Sauter gehören Originalausrüstungshersteller oder Erstausrüster von Werkzeugmaschinen, Drehmaschinen, Fräsmaschinen, etc. auf der ganzen Welt. Zum Teil werden für den Vertrieb und Service in Amerika, Asien, Europa und Afrika Ländervertretungen zwischengeschaltet. Sauter bezieht die Materialien zur Herstellung zu 80 % aus Deutschland und zu 100 % aus Europa.

Den Dienstleistungssektor ergänzt die **Coconad GmbH** mit Hauptsitz in Berlin. Mit Standorten in Kleinmachnow, Frankfurt, Butzbach, Haibach, Nürnberg, Heeslingen und Köln bildet die Coconad ein Netz für kreative Köpfe und Expert:innen. Spezialisiert auf E-Commerce und Online-Marketing, schafft die Coconad individuelle Konzepte und passende Kommunikationsstrategien für die Marken und Produkte ihrer Kund:innen. Bei den Kund:innen handelt es sich überwiegend um klein- bis mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen mit Sitz in Deutschland und Norwegen.

Zahlen und Fakten auf einen Blick

Geschäftskennzahlen

- Hauptsitz Kleinmachnow
- Umsatz 1,1 Mrd. €
- Gründungsjahr 1927
- 5.700 Angestellte
- 20 Standorte



Operative Kennzahlen

- 256.000 m² bewirtschaftete Logistikfläche
- 260.000 m² bewirtschaftete Einzelhandelsfläche
- 128 Textilmärkte in mehreren Ländern
- mehr als 240 LKWs und 800 Wechselbrücken
- 590.000 Buchtitel auf Lager, 4 Mio. physische & digitale Medientitel verfügbar



Ausgewählte Kunden:

amazon · Weltbild · BONNIER · bücher.de · Thieme · MOLUNA.DE · Hugendubel · Thalia · Pearson · STARK · GANSKE VERLAGS GRUPPE · tausendkind

Nachhaltigkeitskennzahlen 2022

232.470 t CO_2-Emissionen

4200 t Verpackungsmaterialien
davon 20 % recycelt

512 Terajoule Energieeinsparung
392 Terajoule Brennstoffeinsparung
24 Terajoule Stromeinsparung

Frauenquote 63 %
Frauenquote in Führungspositionen 40 %

Belegschaft mit ausländischer Nationalität 27 %

Gruppenweit über 180 Auszubildene und über 50 Teilnehmer: innen am Aufsteigerprogramm „KOLIBRI TALENTS“





Was Nachhaltigkeit für uns bedeutet

Nachhaltigkeitsstrategie

2-13, 2-22

Ein dynamischer Vogel auf großer Mission: Nachhaltigkeit mit KOLIBRI Power

Die KOLIBRI Gruppe ist, wie vor 90 Jahren noch, längst nicht mehr nur in der nationalen und internationalen Logistikbranche tätig. KOLIBRI steht für Vielfältigkeit, dynamisches Wachstum, starke Partnerschaften und Solidarität. Für eine Unternehmensgruppe solcher Diversität muss eine ebenso durchdachte wie vielfältige Nachhaltigkeitsstrategie vorliegen. Dieser Herausforderung haben wir uns 2022 angenommen: Wir haben in mehreren Nachhaltigkeitsworkshops sowohl den Status quo unserer Unternehmensgruppe ermittelt und Fokusthemen herausgearbeitet als auch umfangreiche Stakeholder-Befragungen durchgeführt und schließlich Handlungsfelder und Ziele festgelegt.

Da die KOLIBRI Gruppe aus Unternehmen verschiedener Branchen besteht, sind Wesentlichkeitsanalysen für die zuvor erwähnten Segmente Medien & Logistik, Retail sowie Industrie und Dienstleistungen erstellt worden. In diesen Segmenten sind Unternehmen ähnlicher Aktivitäten und Branchen zusammengefasst worden. Dies hat den Vorteil, dass in jedem Segment ein sinnvoller Fokus auf (produkt-)spezifische Nachhaltigkeitsthemen gesetzt werden kann und das volle Potenzial der nachhaltigen Entwicklung in jedem Unternehmen der KOLIBRI ausgeschöpft wird. Denn nicht zwangsläufig hat das Thema CO_2-Emissionen eine gleichwertige Bedeutung für ein dienstleistungsorientiertes Unternehmen wie für ein produzierendes.

Das Thema Nachhaltigkeit hat in der KOLIBRI Gruppe eine zentrale Bedeutung. Deswegen liegt es in der direkten Verantwortung eines Geschäftsführers und ist somit als eigenständiges Ressort organisiert. Zusätzlich zu diesem obersten Nachhaltigkeitsverantwortlichen gibt es eine Nachhaltigkeitsmanagerin, die alle Nachhaltigkeitsaktivitäten der Gruppe bündelt, koordiniert und kontrolliert. Sie führt zudem das Team der Nachhaltigkeitsmanager:innen der Gruppenunternehmen. Das bedeutet, jedes KOLIBRI-Unternehmen bestellt mindestens eine:n Nachhaltigkeitsmanager:in, die oder der an die Nachhaltigkeitsmanagerin der Gruppe in Form einer klassischen Matrix-Organisation berichtet.

Für jedes Unternehmen wurden für die Erarbeitung der Strategie passende Nachhaltigkeitsbeauftragte gefunden. Die Nachhaltigkeitsbeauftragten der Unternehmen wurden dafür nach folgenden Kriterien ausgewählt:

1	Verfügt über viel Erfahrung und Wissen zum Unternehmen
2	Meist schon mehrere Jahre im Unternehmen tätig
3	Zugang bzw. Beauftragung mit einzelnen Nachhaltigkeitsaspekten *(Umweltthemen, Energiethemen, Sozialthemen, etc.)*
4	Bei Unternehmen größeren Umfangs wurden mehrere Beauftragte bestimmt *(die Beauftragten können alle möglichen Stellen im Unternehmen bekleiden, vom Auszubildenen bis zum Geschäftsführer)*

Die Nachhaltigkeitsmanager:innen führen einmal monatlich einen Jour fixe durch, in dem alle wesentlichen Maßnahmen besprochen und ausgewertet werden. Ziel ist es, einen Überblick über die Aktivitäten der Gruppenunternehmen zu erlangen und durch die Vorstellung der Maßnahmen Impulse und Beispiele für andere Gruppenunternehmen zu geben. Zudem wird jede Maßnahme auf Umsetzbarkeit in allen Gruppenunternehmen geprüft.

Die Nachhaltigkeitsmanager:innen der Unternehmen führen zudem eine Maßnahmenliste, die einmal monatlich aktualisiert und an die Nachhaltigkeitsmanagerin der Gruppe verteilt wird.

Der für das Thema Nachhaltigkeit verantwortliche Geschäftsführer berichtet zudem einmal monatlich dem Management Board der KOLIBRI Gruppe sowie den Geschäftsführer:innen der Einzelunternehmen über die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Unternehmensgruppe. Eine weitere Berichterstattung findet einmal pro Quartal an den Aufsichtsrat statt.

Unser Verfahren zur Bestimmung der potenziell wesentlichen Themenfelder

GRI-3-1

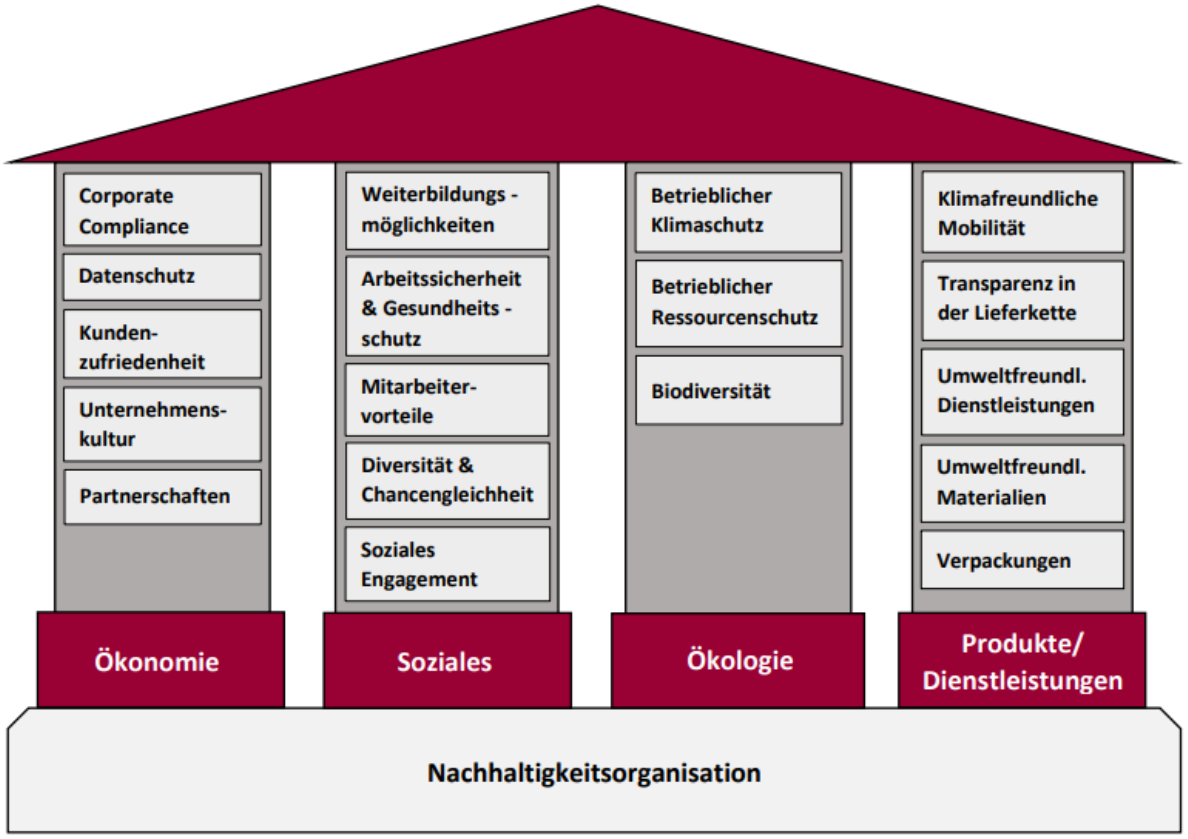
Die KOLIBRI Gruppe ist so divers wie kaum eine andere Unternehmensgruppe. Mit Unternehmen aus verschiedenen Branchen und Bereichen haben wir uns 2022 der Herausforderung gestellt, eine einheitliche, aber sinnvolle und realistische Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Begleitet und unterstützt wurden wir dabei von der Fokus Zukunft GmbH & Co. KG, einer externen Nachhaltigkeitsberatungsgesellschaft.

Für dieses Vorhaben wurden die verschiedenen Gesellschaften der KOLIBRI Gruppe in drei Segmente ähnlicher Branchen aufgeteilt. Für diese Unterteilung wurden Aspekte, wie Zweck, Werte und Leitbilder der Organisation, Geschäftsmodell und Strategie, die Art der Tätigkeiten, die sie ausübt (z.B. Verkauf, Marketing, Produktion, Vertrieb), die Arten der Produkte und Dienstleistungen, die sie anbietet, und die Märkte, die sie bedient, berücksichtigt. Für Informationen über die Aufteilung der Segmente siehe Thema Branchen.

Am 31. Mai 2022 kam der gesamte Nachhaltigkeitssteuerkreis zu einem gruppenübergreifenden Workshop zusammen, begleitet und geführt durch die Nachhaltigkeitsberatung Fokus Zukunft. Darunter befanden sich alle Nachhaltigkeitsbeauftragten, die zuständige Nachhaltigkeitsmanagerin, sowie die Vertretung aus dem Vorstand, die das Thema federführend kontrolliert. Alle Teilnehmer:innen des Workshops wurden entsprechend zum Thema Nachhaltigkeit geschult und informiert. Es wurden verschiedene Impulse bzgl. aktueller politischer Entscheidungen und Gesetze gegeben sowie aktuelle Veränderungen durch den Klimawandel deutlich gemacht.



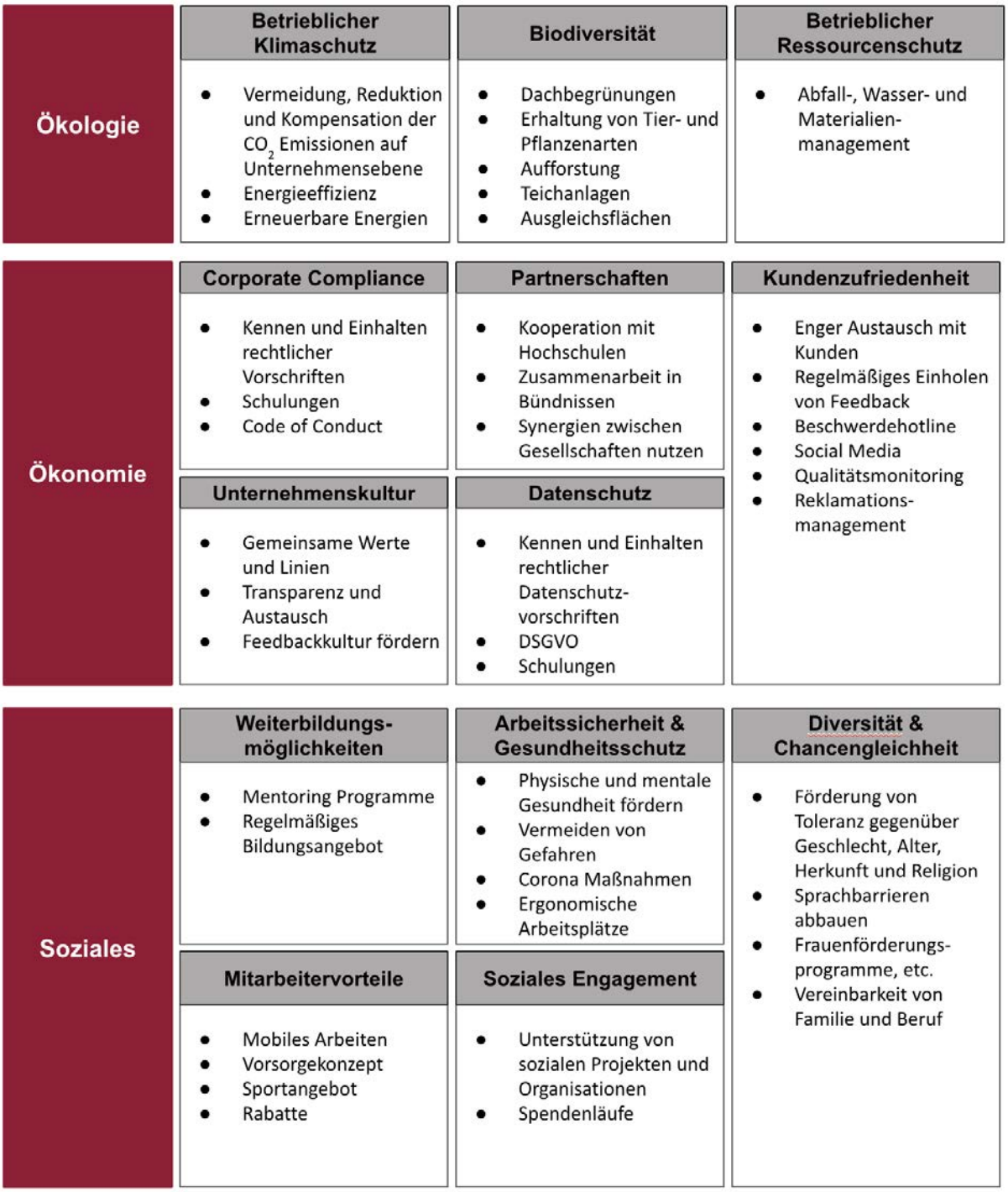
Um potenziell wesentliche Themen der KOLIBRI Gruppe zu bestimmen, wurde der Status quo zum Thema Nachhaltigkeit umfassend erarbeitet, indem jede Gesellschaft bereits vorhandene und geplante Maßnahmen vorgestellt hat. Durch die Clusterung aller Maßnahmen konnten übergeordnete Themenfelder bestimmt werden. Diese wurden den Säulen der Nachhaltigkeit zugeordnet: Ökonomie, Ökologie, Soziales sowie die Betrachtung dieser Themen mit Bezug auf unsere Produkte und Dienstleistungen.



Geprüfte Themenfelder für die KOLIBRI Gruppe und deren Segmente

In weiteren Workshops, in denen sich jeweils die Gesellschaften der Segmente zusammengefunden haben, wurden zusätzlich potenziell wesentliche Themenfelder für die jeweiligen Segmente bestimmt. Hier wurden gemeinsame Probleme und Herausforderungen der Branche besprochen und wie darauf in den unterschiedlichen Gesellschaften reagiert werden könnte. Die segmentspezifischen Themenfelder unterscheiden sich entsprechend, da zum Beispiel die Transparenz in der Lieferkette im Retail-Bereich nicht zwangsläufig auch in anderen Segmenten eine Priorität hat. Diese segmentspezifischen Themen wurden unter einer weiteren Säule der Nachhaltigkeit zusammengefasst und widmen sich nicht der Nachhaltigkeit im Betrieb, sondern vielmehr der Nachhaltigkeit der Produkte und Dienstleistungen der einzelnen Unternehmen.

Erläuterung der einzelnen Themenfelder:



Produkte und Dienst-leistungen

Klimafreundliche Mobilität	Transparenz in der Lieferkette	Umweltfreundliche Materialien
• Routenoptimierung • Umstellung auf E-Fahrzeuge • Nutzung alternativer nachhaltigerer Treibstoffen	• Lieferantenaudits • Einhaltung des Lieferantenkodex	• Berücksichtigung der Langlebigkeit von Materialien • Reparatur-möglichkeiten • Recycling • Nachhaltigkeit in der Herstellung

Umweltfreundliche Dienstleistungen	Verpackungen
• Auswahl nachhaltiger Hersteller von Vorprodukten • Nachhaltiges Leistungsangebot	• Mehrweg-verpackungen • Recycelbare Verpackungen • Reduktion

Erarbeitung unserer Fokus- und Handlungsfelder

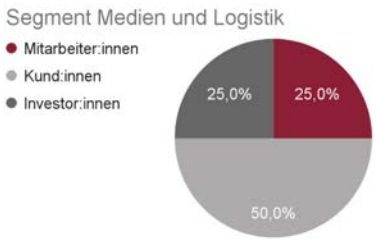
3-1, 3-2

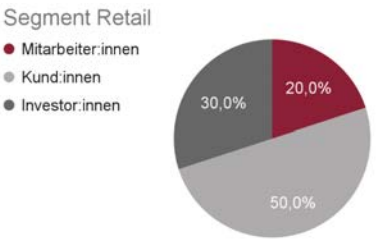
Mit dem Ziel, im weiteren Verlauf unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten die doppelte Wesentlichkeit abzubilden, haben wir uns für den Anfang unseres Weges zu mehr Nachhaltigkeit zunächst für eine hybride Wesentlichkeitsanalyse entschieden. Mit der Inside-Out-Perspektive konzentrieren wir uns vorerst auf die Auswirkungen der Unternehmen auf die gewählten Nachhaltigkeitsthemen.

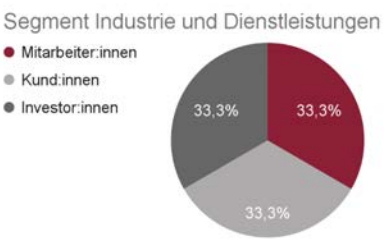
In Anlehnung der gegebenen Leitlinien der EFRAG haben wir die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsthemen bewertet. In Gruppenarbeit innerhalb der Segmentworkshops wurde bewertet, ob und wie stark das Unternehmen einen **Einfluss (1-5)** auf die Auswirkungen hat und in welchem **Umfang (1-5)** es möglich ist, einen Einfluss auf die Auswirkungen zu haben. Außerdem wurde der geografische Umfang der Auswirkungen sowohl auf die Umwelt als auch auf die Menschen beurteilt. Anschließend wurde die **Behebbarkeit (1-5)** der Auswirkungen bewertet und mögliche Konsequenzen erarbeitet. Wurde ein Themenfeld in einer Kategorie mit einer 5 bewertet, wurde es sofort als wesentliches Thema für die KOLIBRI Gruppe eingestuft. Durch die Bewertung der drei Kategorien ergibt sich eine vorläufige Wesentlichkeit der Auswirkungen (= Ausmaß + Umfang + Behebbarkeit). Nach einem vorgegebenen Punktesystem wurden die Themen auf einer Skala von 1 bis 5 eingestuft.

Neben der Einstufung von Auswirkungen der KOLIBRI Gruppe war ein wichtiger Schritt bei der Bestimmung der wesentlichen Themen die Einbindung relevanter Interessensgruppen und Stakeholder. Dafür wurde eine Onlineumfrage durchgeführt, die nicht nur an die Mitarbeitenden, sondern auch an die Kund:innen, Lieferant:innen und Investor:innen gerichtet war. Die festgelegten Themenfelder wurden von allen Stakeholdern auf einer Skala von 1-5 (gar nicht wichtig - sehr wichtig) bewertet.

Die Gewichtung der Stakeholdergruppen wurde zuvor in den drei Segmenten mit den Nachhaltigkeitsbeauftragten prozentual eingeschätzt und abgestimmt und ist entsprechend in die Bewertung eingeflossen.



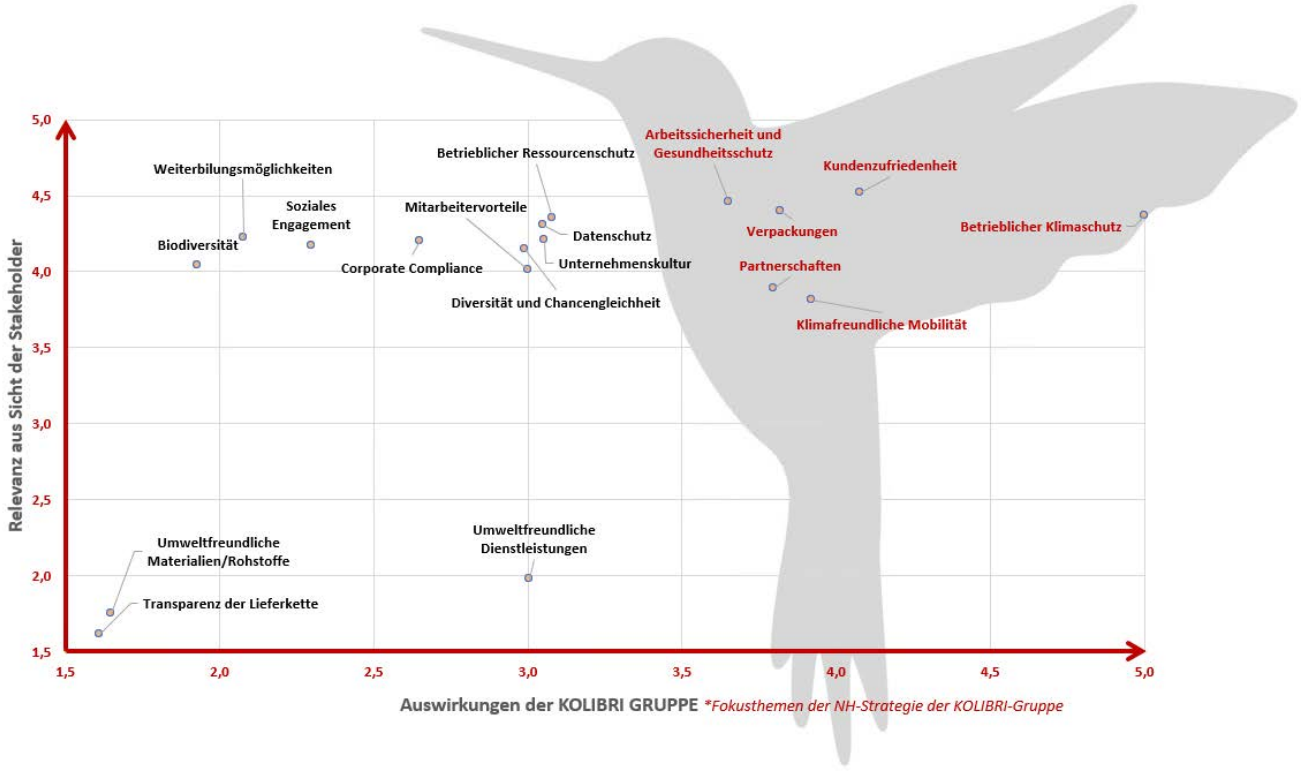




Für die Erstellung der finalen Wesentlichkeitsmatrizen der drei Segmente wurden die Informationen der Einschätzung der Auswirkungen der Unternehmen auf die Themenfelder mit der Relevanz der Stakeholder verknüpft.

Um eine einheitliche Gruppenmatrix/Nachhaltigkeitsstrategie zu erhalten, sind die verschiedenen Bewertungen der Unternehmen nach Umsatzstärke in die finale Matrix eingeflossen.

Alle Themen, deren Auswirkungen **und** deren Relevanz für die Stakeholder mit einem Wert höher als 3,5 eingestuft wurden, bilden die wesentlichen Themen bzw. die Fokusthemen der KOLIBRI Gruppe.

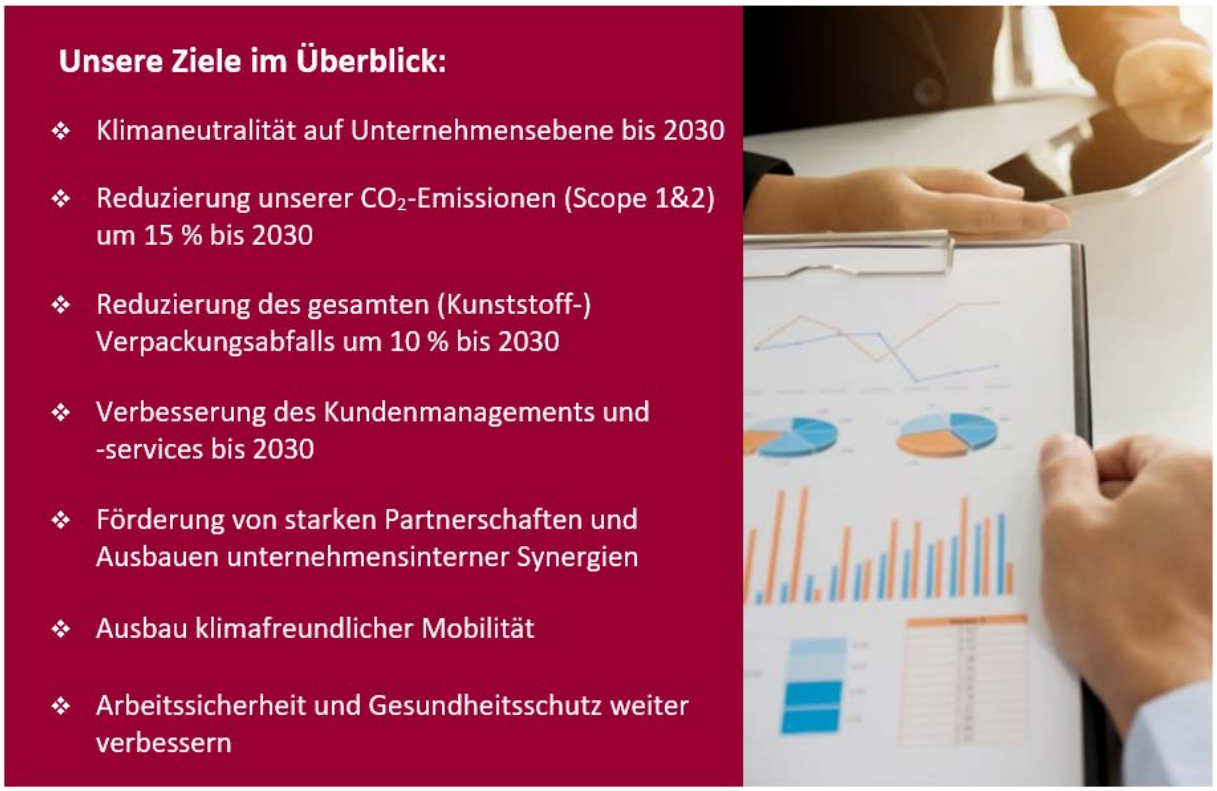


Wesentlichkeitsmatrix für die KOLIBRI Gruppe

Final wurden die Ergebnisse mit dem Vorstand diskutiert, abgestimmt und ggf. leicht angepasst. Themen wie Corporate Compliance, Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz und Datenschutz werden gruppenübergreifend von gesonderten Arbeitsgruppen gesteuert, weshalb hier keine Maßnahmen vom Nachhaltigkeitssteuerkreis ausgearbeitet wurden.

Unsere Fokusfelder

3-3



Betrieblicher Klimaschutz: KOLIBRI goes zero

Die negativen Auswirkungen auf das Klima, insbesondere in unserer Logistikbranche, sind besonders hoch einzuschätzen (siehe Abschnitt Betrieblicher Klimaschutz). Auf viele dieser ausgestoßenen Emissionen können wir erheblichen Einfluss nehmen, wie wir in unseren Workshops festgestellt haben. Die gesamte KOLIBRI Gruppe bekennt sich dazu, bis 2030 unternehmenseigene Emissionen vollständig zu reduzieren und auszugleichen.

Um dieses übergeordnete Ziel auch zu erreichen und eine klare Übersicht über entstehende jährliche Emissionen zu bekommen, wurde 2022 erstmals eine CO_2-Bilanz der KOLIBRI Gruppe erstellt. Ausgehend vom Basisjahr 2022 wollen wir bis 2030 eine Einsparung der Emissionen von Scope 1 & 2 von ambitionierten, aber realistischen 15 % erreichen. Wohlwissend, dass eine vollständige Bilanzierung der Scope-3-Kategorien noch nicht möglich ist, haben wir auch diese Emissionen bereits teilweise erheben können. Die KOLIBRI Gruppe hat sich vorgenommen, bis 2030 eine Einsparung von Scope-3-Emissionen von 7,38 % zu erreichen. Dieses Ziel steht im Einklang mit dem 2-Grad-Ziel der Science Based Targets Initiative. Emissionen, die darüber hinaus nicht reduziert werden können, werden wir durch die Beteiligung an nachhaltigen Projekten zum Schutz der Umwelt und des Klimas kompensieren. Mit der Erarbeitung einer umfassenden Klimastrategie, deren Ausarbeitung

für 2023/24 geplant ist, sind Anpassungen unserer gesteckten Ziele in den folgenden Berichtsperioden möglich.

Verpackungen: Reduce, Reuse, Recycle

Mit wachsendem Umweltbewusstsein setzen sich unsere Verbraucher:innen vor allem mit Abfallvermeidung und Wiederverwendung von Produkten und Verpackungen auseinander. Und so haben auch wir die Kreislaufwirtschaft bereits zu einem unserer Leitprinzipien der Nachhaltigkeitsstrategie gemacht. Denn mit Unternehmen insbesondere aus der Medien-, Logistik- und Handelsbranche sowie dem Retailbereich inklusive umfangreichem Retourengeschäft sind unsere Auswirkungen auf Verpackungsmaterialien weitreichend. Nach dem Motto „Reduce, Reuse and Recycle" möchten wir unseren Verpackungsmüll bis 2030 deutlich reduzieren:

1. Reduktion von 10 % des gesamten (Kunststoff-) Verpackungsmülls bis 2030
2. Deutliche Erhöhung des Einsatzes von recyceltem und recyclingfähigen Material bis 2030
3. Wiederverwendung erhöhen und Mehrwegsysteme einführen bis 2030

Einen ersten transparenten Schritt geht die KOLIBRI auch hier mit der Erhebung des gesamten Materialverbrauchs und des Abfalls in Form des GRI-Berichts.

Kundenzufriedenheit verbessern

Für die KOLIBRI Gruppe stehen Umweltziele, soziale Ziele und wirtschaftliche Ziele zweifellos im Einklang miteinander. So ist nachhaltiges Wirtschaften gleichwohl ein wesentlicher Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wirtschaftlicher Erfolg und Überlebensfähigkeit von Unternehmen, besonders im Einzelhandel, beruhen maßgeblich auf Kundenloyalität, emotionaler Kundenverbundenheit und Kundenbegeisterung. So vielfältig die Geschäftsfelder der Unternehmen der KOLIBRI Gruppe auch sind, alle haben eines gemeinsam: höchste Qualität und langjährige Kundenzufriedenheit sind wichtige Maxime des Handelns. Daher wollen wir unser Kundenmanagement und unseren Kundenservice bis 2030 maßgeblich verbessern.

Partnerschaften ausbauen

Das Prinzip „niemanden zurückzulassen“ („leave no one behind“, LNOB) beschreibt die gemeinschaftliche Verantwortung, alle Menschen auf dem Weg zu nachhaltiger Entwicklung

mitzunehmen. Angelehnt an dieses Prinzip hat sich die KOLIBRI zum Ziel gesetzt, Partnerschaften auszubauen und auch innerhalb der Unternehmensgruppe Synergien noch besser zu nutzen. Gemeinsame Verantwortung bedeutet, alle sind für das Gemeinwohl entsprechend ihrer Leistungsfähigkeit verantwortlich. Nachhaltigkeit lebt von der Transparenz in der Umsetzung und gegenseitigem Erfahrungsaustausch, wie er in unserem 2022 gegründeten gruppenübergreifenden Sustainability Council vorangetrieben wird.

Klimafreundliche Mobilität

Mobilität ist ein wesentlicher Bestandteil für das funktionierende Geschäft unserer Logistikunternehmen. Da wir hier einen großen Impact erzeugen können, setzen wir uns für eine nachhaltigere Verkehrspolitik ein. Maßnahmen für dieses Fokusfeld sind unter anderem die Routenoptimierung unserer Lkw-Flotte, die Nutzung von alternativen, nachhaltigeren Treibstoffen sowie die kontinuierliche Erneuerung unserer Fahrzeugflotte. Darüber hinaus stellen wir nach und nach auf E-Fahrzeuge um und bauen an unseren Standorten die nötige Infrastruktur auf. Zudem wollen wir unsere Lkw-Auslastungseffizienz auf einem konstant hohen Niveau halten.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

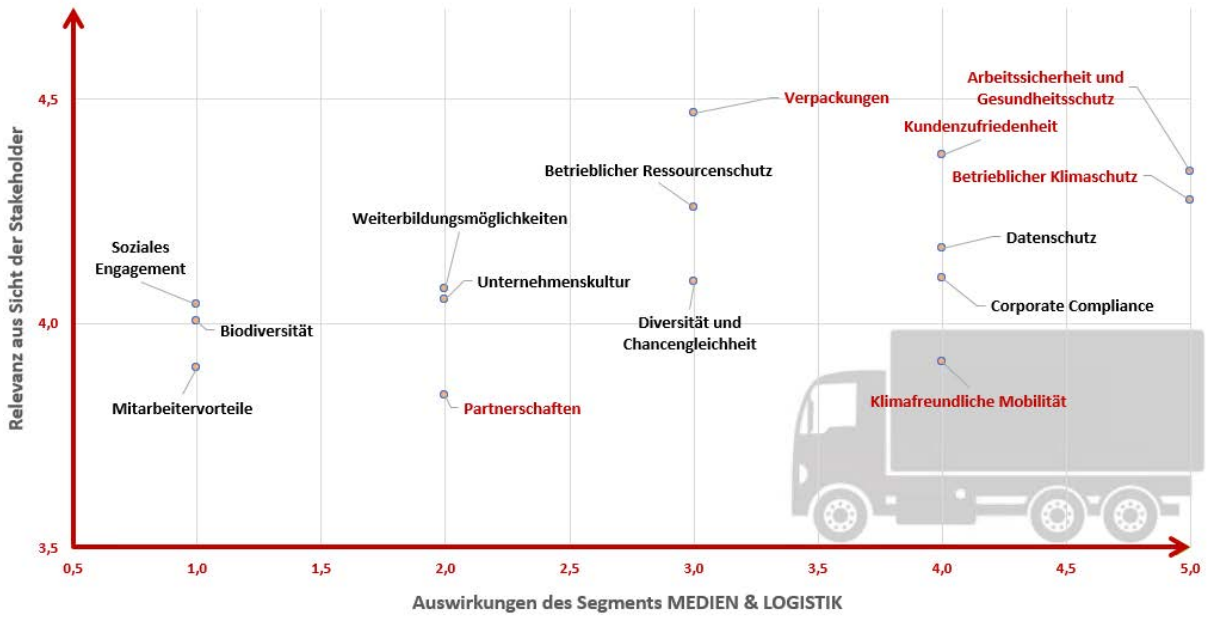
Sichere Arbeitsplätze zu schaffen und effiziente Maßnahmen für die Gesundheitsförderung unserer Mitarbeitenden einzuführen, liegen uns sehr am Herzen. Damit eine effiziente Umsetzung dieser Aspekte effektiv sichergestellt werden kann, sind Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz fest in die Unternehmensstrukturen integriert. Eine zentrale Maßnahme in diesem Bereich umfasst die Einführung eines unternehmensweiten Betrieblichen Gesundheitsmanagementsystems, welches durch regelmäßige interne Audits stets geprüft wird.

Unsere Handlungsfelder auf Segment-Ebene

3-2, 3-3

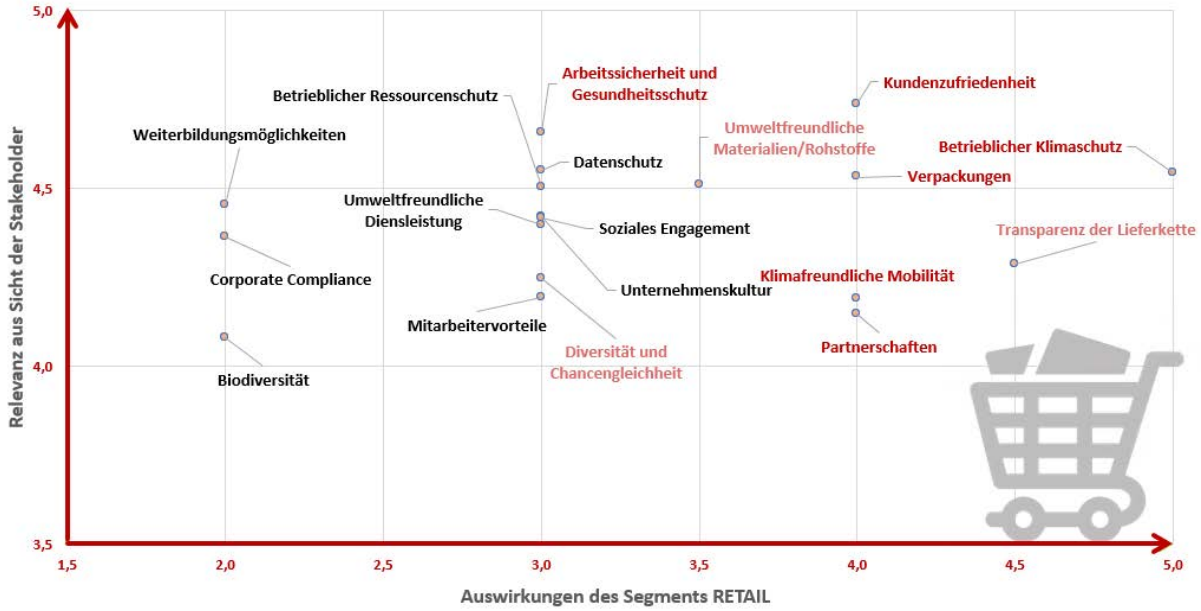
In einem abschließenden Workshop wurden in Gruppenarbeit innerhalb der Segmente Maßnahmen und Ziele für die übergeordneten Fokusthemen erarbeitet. Zusätzlich zu den Fokusthemen der Gruppe konnten die Nachhaltigkeitsbeauftragten anhand der Segmente-Matrix bis zu drei weitere Themen auswählen, die Sie als wesentlich für ihr Segment bzw. ihr Unternehmen erachten. Häufig wurden hier Themen ausgewählt, die auf Segmentebene ebenfalls eine hohe Bewertung auf beiden Achsen erreichen. In den nachfolgenden Bildern sind die Matrizen aller Segmente abgebildet.

Themen, die hellrot erscheinen, sind Themen, die in den Segmenten zusätzlich als wesentlich eingestuft wurden.



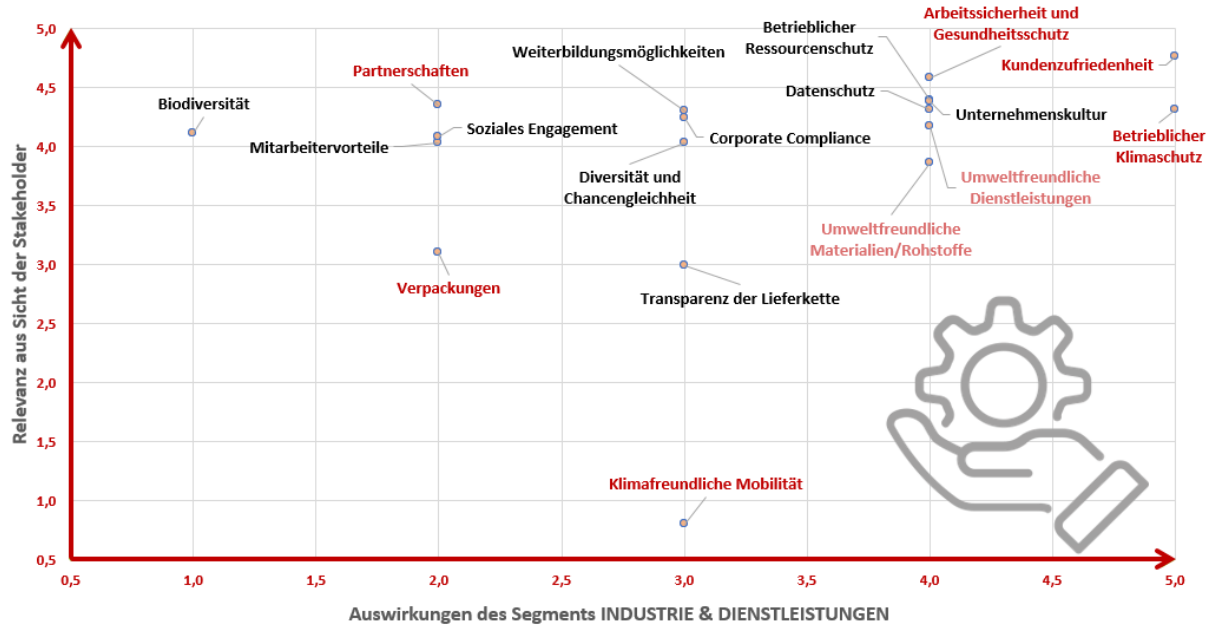
Wesentlichkeitsmatrix für das Segment Medien & Logistik

Im Segment Medien & Logistik entsprechen die wesentlichen Themen bereits den Fokusthemen der gesamten KOLIBRI Gruppe, weshalb hier keine Themen zusätzlich als wesentlich eingestuft worden sind.



Wesentlichkeitsmatrix für das Segment Retail

Im Segment Retail sind die Themen Umweltfreundliche Materialien, Transparenz in der Lieferkette sowie Diversität und Chancengleichheit zusätzlich als wesentlich eingestuft worden.



Wesentlichkeitsmatrix für das Segment Industrie und Dienstleistungen

Im Segment Industrie & Dienstleistungen sind die Themen Umweltfreundliche Materialien und Dienstleistungen zusätzlich als wesentlich eingestuft worden, da sie besonders in dieser Branche zur nachhaltigen Entwicklung, zur Einhaltung von Vorschriften, zur Risikominimierung und Kostenreduzierung beitragen können.

Verantwortung für unsere Umwelt

Betriebliches Abfallmanagement und Ressourcenschutz

GRI 306-1, 306-3

In der ökologischen Säule der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie wurden drei Handlungsfelder als wesentlich definiert: Betrieblicher Klimaschutz, klimafreundliche Mobilität und Verpackungen. Letzterem sind die Aktivitäten mit Blick auf das Abfallmanagement zuzuordnen.

Auswirkungen:

Der KOLIBRI Gruppe ist bewusst, dass ihre Geschäftsaktivitäten vor allem im Bereich Handel Abfall verursachen. Dabei kann insbesondere durch Produktverpackungen oder bei der Produktion von Waren in den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen Abfall anfallen. Aber auch auf betrieblicher Ebene kommt es zu Abfällen, etwa bei der Logistik – Papier, Pappe und Kartonagen machen dabei den größten Anteil aus. Für die Herstellung solcher Verpackungen müssen häufig Ressourcen verbraucht werden, deren Abbau zulasten von Ökosystemen wie Wäldern gehen und sich damit negativ auf den Klimawandel und die Artenvielfalt auswirken kann. Bei der Entsorgung können Wertstoffe verloren gehen, wenn sie nicht dem richtigen Entsorgungssystem zugeführt werden.

Grundsatz:

In ihrem Code of Conduct bekennt sich die KOLIBRI Gruppe zu einer effizienten Nutzung natürlicher Ressourcen und zu ihrer besonderen Verantwortung bezüglich der Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit ihrer Produkte und Services. Dabei ist uns die ordnungsgemäße Verwertung nicht vermeidbarer Abfälle durch ein umfassendes Abfall- und Recyclingmanagement ein wichtiges Anliegen, um wertvolle Ressourcen zu schonen.

In Bezug auf Abfälle auf Produktebene haben alle relevanten Gesellschaften Ziele und Maßnahmen definiert, um bei den Verkaufs- und Serviceverpackungen seiner Eigenmarken Kreislaufwirtschaft zu fördern (siehe Thema Verpackungen).

Zudem haben wir mit der erstmaligen Erfassung unseres eigenen Abfalls in 2022 die Basis geschaffen, um die Kreislaufwirtschaft schrittweise auch entlang der Wertschöpfungskette der Produkte zu verankern. Mittels Schätzungen können wir ebenfalls bestimmen, welcher Anteil unseres eigenen Abfalls in der Wertschöpfungskette vorgelagert anfällt.

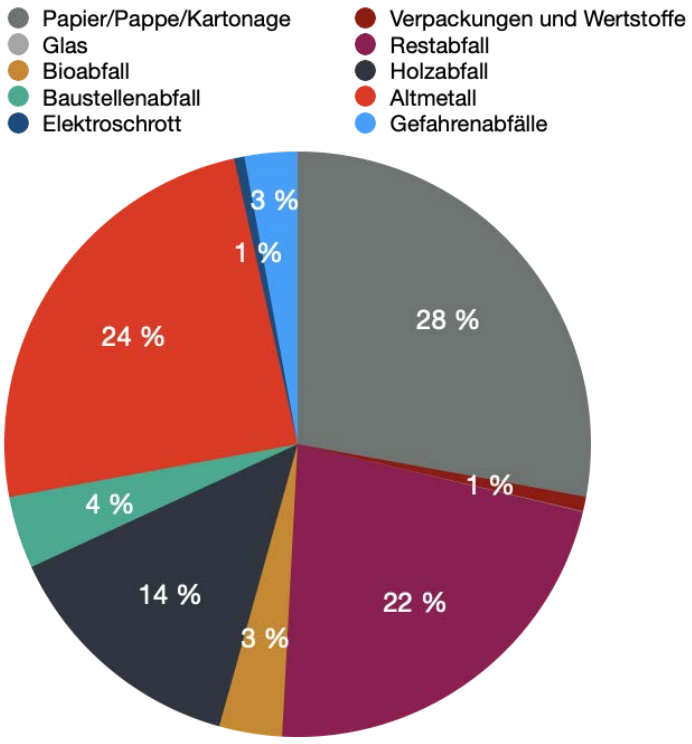
Ziele auf Gruppenebene:

Beim Umgang mit Abfällen verfolgt die KOLIBRI Gruppe gemeinsam mit ihren Entsorgungspartnern konsequent den Anspruch des Recyclings. Wir möchten strategisch insbesondere die Zusammenarbeit mit nachhaltigen Entsorgungspartnern stärken und vertiefen.

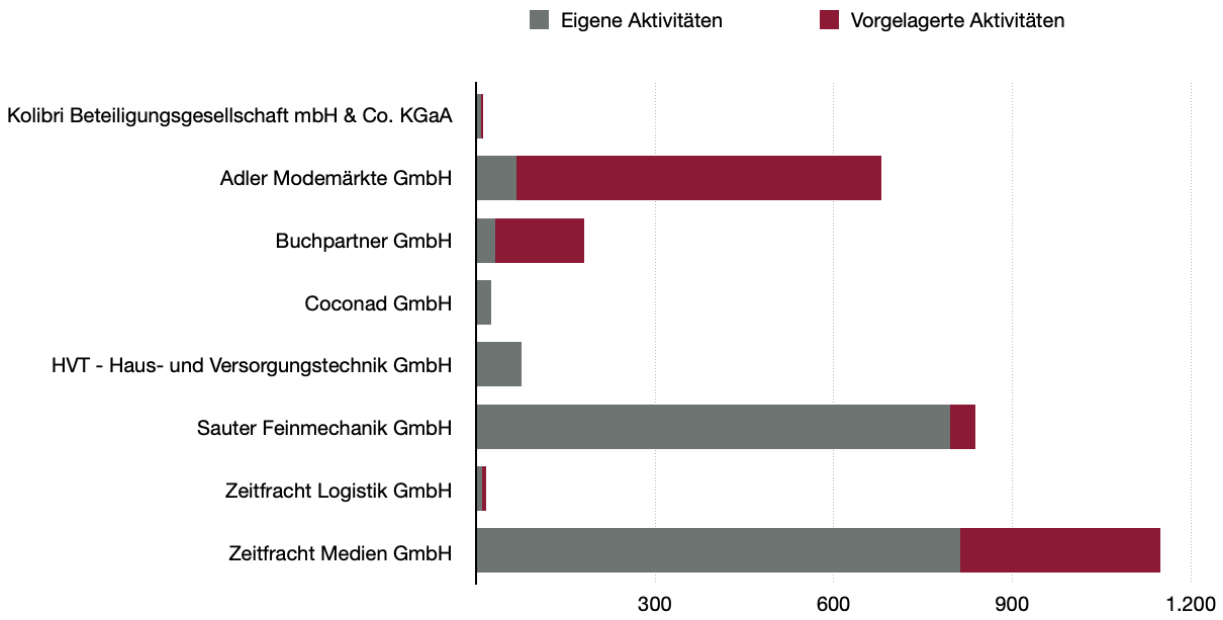
Das Unternehmen strebt darüber hinaus an, das Abfallaufkommen zu reduzieren – beispielsweise durch das Prinzip der Wiederverwertung (siehe Thema Verpackungen).

Maßnahmen:

Insbesondere in der Zeitfracht Logistik GmbH und teilweise auch der Zeitfracht Medien GmbH ist die genaue Erfassung des Abfalls noch nicht vollständig gelungen. Wir evaluieren derzeit sinnvolle Erfassungsmethoden und streben eine genauere Erfassung unseres Abfalls in den folgenden Berichtsperioden an. Weitere Maßnahmen sind dem Thema Verpackungen zu entnehmen bzw. den einzelnen Segmenten.



Abfallkategorien nach Verbrauch (in %) für die KOLIBRI Gruppe für das Jahr 2022



Gesamte Abfallmengen (in Tonnen) für eigene und vorgelagerte Aktivitäten pro Unternehmen für das Jahr 2022

Insbesondere Wertstoffe, die bei der KOLIBRI Gruppe anfallen, werden weitgehend sortenrein gesammelt und können so optimal der werkstofflichen Verwertung zugeführt werden. Das zeigt sich vor allem bei den nicht gefährlichen Abfällen. Diese werden nicht nur insgesamt zu einem hohen Anteil verwertet, sondern im Wesentlichen sogar werkstofflich.

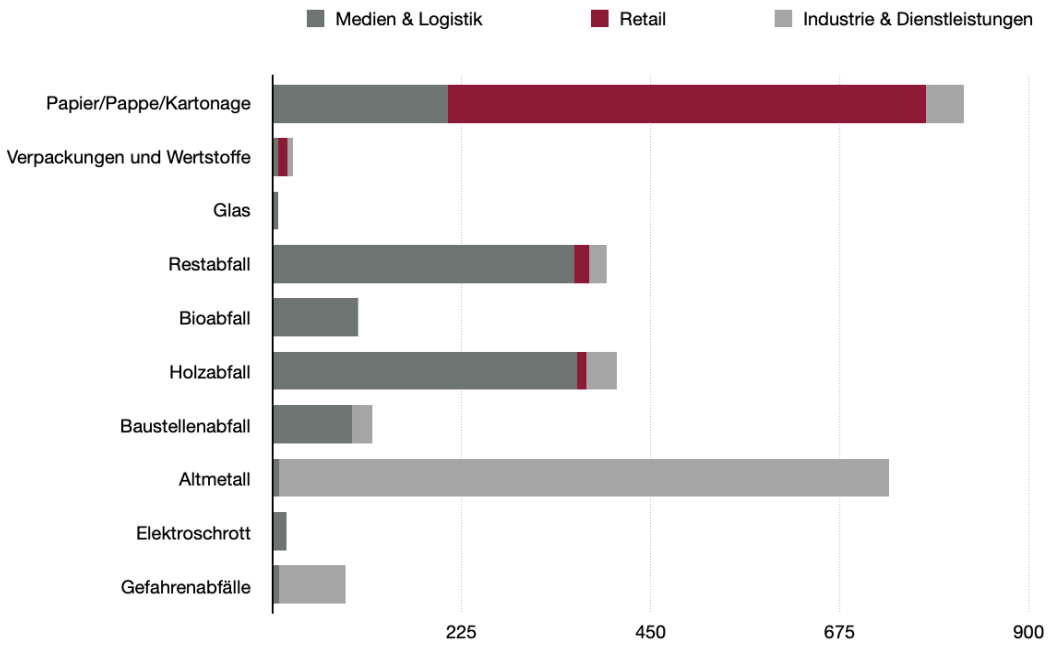
Im Berichtsjahr 2022 wurde mehr als die Hälfte des Abfalls der gesamten KOLIBRI Gruppe werkstofflich verwertet. Fast vollständig werkstofflich verwertet wird die Fraktion Papier, Pappe und Kartonagen (PPK), die mit fast 30 Prozent den größten Anteil des gesamten Abfallaufkommens ausmacht. Die Adler Modemärkte GmbH hat erwartungsgemäß mit über 400 Tonnen mit Abstand den größten Anteil am PPK-Abfall. PPK ist ein wichtiger Rohstoff für die Papierindustrie, da aus den recycelten Fasern wieder Papier und Pappe hergestellt werden können. Wir schätzen, dass insgesamt rund 80 % des auflaufenden PPK-Abfalls aus vorgelagerten Aktivitäten stammt. Vorgelagerte Aktivitäten sind an dieser Stelle vor allem Materiallieferungen unserer Lieferant:innen auf deren Warenverpackung wir nur bedingt Einfluss ausüben können. Die restlichen 20 % des PPK-Abfalls ergeben sich aus üblichen Gewerbeabfällen und unserem Retourengeschäft.

Auch bei Kunststoffen, Metallen und Glas, die ebenfalls einen Anteil von mehr als 25 % am Gesamtabfallaufkommen ausmachen, wird der größte Teil verwertet.

40 % des Gesamtabfalls, der thermisch bzw. energetisch weiterverwertet wird, stellen Restabfall (22 %) Altholz (15 %), Baustellen- und Gefahrenabfälle (3 %). Mit über 600 Tonnen Restabfall sind die Zeitfracht Medien GmbH und die Adler Modemärkte GmbH Hauptverursacher dieser Abfallkategorie.

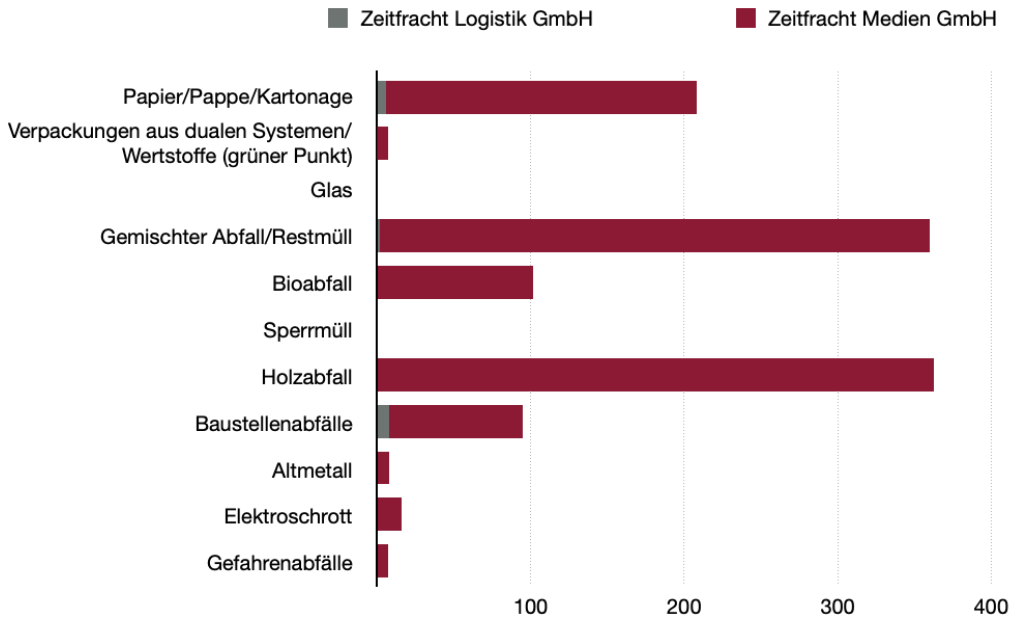
Insgesamt schätzen wir, dass rund 40 % des gesamten Abfallaufkommens der KOLIBRI Gruppe vorgelagerter und 60 % eigener Herkunft sind. Zudem fallen im Logistiksektor fast 40 % des gesamten Abfalls der KOLIBRI Gruppe an.

Segment-Ebene



Übersicht der gesamten Abfallmenge (in Tonnen) pro Kategorie für die Segmente

Segment Medien & Logistik



Gesamte Abfallmenge (in Tonnen) für das Segment Logistik & Medien im Jahr 2022

Die Logistikbranche spielt eine entscheidende Rolle in der globalen Lieferkette, und wie wir mit Abfällen umgehen, kann erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt und Menschen weltweit haben. Daher sind unsere Maßnahmen und Partnerschaften, die uns dabei helfen, zeitgemäß und nachhaltig mit Abfällen umzugehen, von hoher Bedeutung.

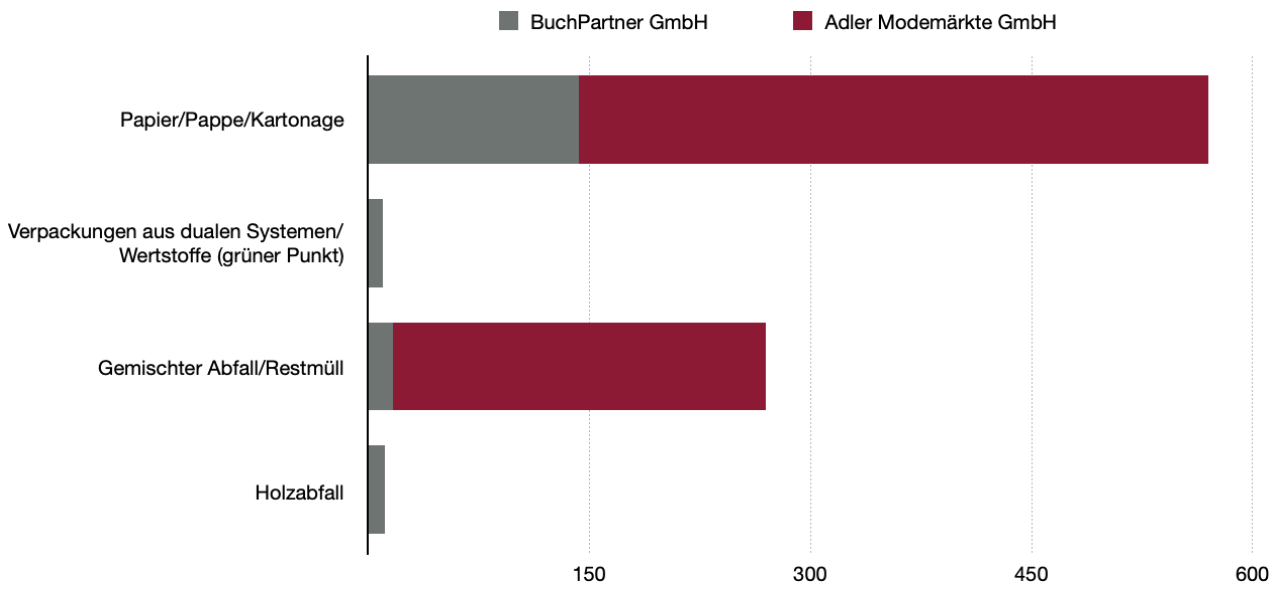
Am Standort Erfurt ist das Abfallaufkommen der Logistik Gruppe am höchsten. Daher vertrauen wir hier der zertifizierten Thüringen Recycling GmbH, in deren Geschäftsmodell der nachhaltige Umgang mit Ressourcen tief verankert ist. Makulatur, Pappe und Verpackungsfolie werden fachgerecht und sicher an unseren Betriebsstätten gesammelt und durch den externen Entsorger abgeholt, werkstofflich verwertet und wieder dem Stoffkreislauf zugeführt. Holzabfälle, zumeist unbrauchbar gewordene Paletten aus dem Transportwesen, normaler Gewerbeabfall, sowie Speiseabfälle aus dem Kantinenbereich werden durch unseren Entsorger thermisch verwertet. Die Entsorgung erfolgt gesetzeskonform und sauber.

Durch die Tätigkeiten der Zeitfracht Medien GmbH im Elektronikeinzelhandel kommt es standardmäßig zu Reklamationen, die einen großen Teil des Elektroschrotts darstellen. Die Zusammenarbeit mit den Rotenburger Werken am Standort Heeslingen ermöglicht uns eine fachgerechte und nachhaltige Entsorgung unseres Elektroschrotts. Die Rotenburger Werke sind eine diakonische Einrichtung für Menschen mit Behinderungen, die ein vielfältiges, sehr differenziertes Angebot für alle Lebensbereiche anbietet. Die Werkstatt für behinderte Menschen (WfbM) der Rotenburger Werke betreibt einen zertifizierten Entsorgungsfachbetrieb mit Schwerpunkt im Elektrorecycling. Unsere Retouren-Ware im Bereich Elektronik wird dort demontiert, in Einzelteile zerlegt und fachgerecht entsorgt oder weiterverwendet. Bei der Entsorgung von Bau- und Abbruchabfällen haben wir uns am Standort Heeslingen für eine Zusammenarbeit mit Remondis entschieden. Dort trägt ein umfangreiches Nachhaltigkeitskonzept dazu bei, weltweit Rohstoffe zu erhalten und Primärrohstoffabbau zu reduzieren.

Der PPK-Abfall der Zeitfracht Medien GmbH macht fast 25 % des gesamten PPK-Aufkommens der KOLIBRI Gruppe aus. In Heeslingen wird ein Teil unseres Papieraufkommens von der Lebenshilfe Selsingen verwertet. Dort werden Menschen mit erhöhtem Unterstützungsbedarf durch ihren Alltag begleitet. Datenschutzmaterial, das bei uns anfällt, wird dort gesammelt und geschreddert, damit es anschließend zum Beispiel als Füllmaterial für Sargkissen wiederverwendet werden kann. Wir möchten in der Zukunft weitere Partnerschaften dieser Art ins Leben rufen und unterstützen.

Mehr als 80 % unserer eigenen PPK-Abfälle sind jedoch Teil eines vorgelagerten Prozesses, wie zum Beispiel der Bestellung von Herstellungsmaterialien bei Lieferant:innen, weshalb Initiativen zur Einsparung nicht immer in unserem Einflussbereich liegen. Wir streben in Zukunft einen aktiven Austausch mit unseren Lieferant:innen an, um gemeinsam innovative und nachhaltige Lösungskonzepte zu entwickeln und somit auch das vorgelagerte Abfallaufkommen deutlich zu reduzieren.

Segment Retail



Gesamte Abfallmenge (in Tonnen) für das Segment Retail im Jahr 2022 (BuchPartner GmbH inkludiert Kolibri Services GmbH)

Im Einzelhandelsbereich der KOLIBRI Gruppe fallen rund 29 % des gesamten anfallenden Abfalls an. Im Einzelhandel und Großhandel fallen eine Vielzahl an Verpackungsmaterialien an, die nicht immer fachgerecht wiederverwendet werden können. Wir versuchen, durch effiziente Abfallmanagementpraktiken und eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferant:innen die Menge an Verpackungsmaterialien zu reduzieren und die Entsorgung so nachhaltig wie möglich zu gestalten.

Papier, Pappe, Kartonage und Holz-Abfall fallen sowohl bei der Adler Modemärkte GmbH als auch bei der BuchPartner GmbH vor allem durch die Entsorgung von Verpackungsmaterialien der Vorlieferant:innen an. Wir gehen hier von einem Schätzwert von 90 % Abfall aus vorgelagerter Aktivität aus.

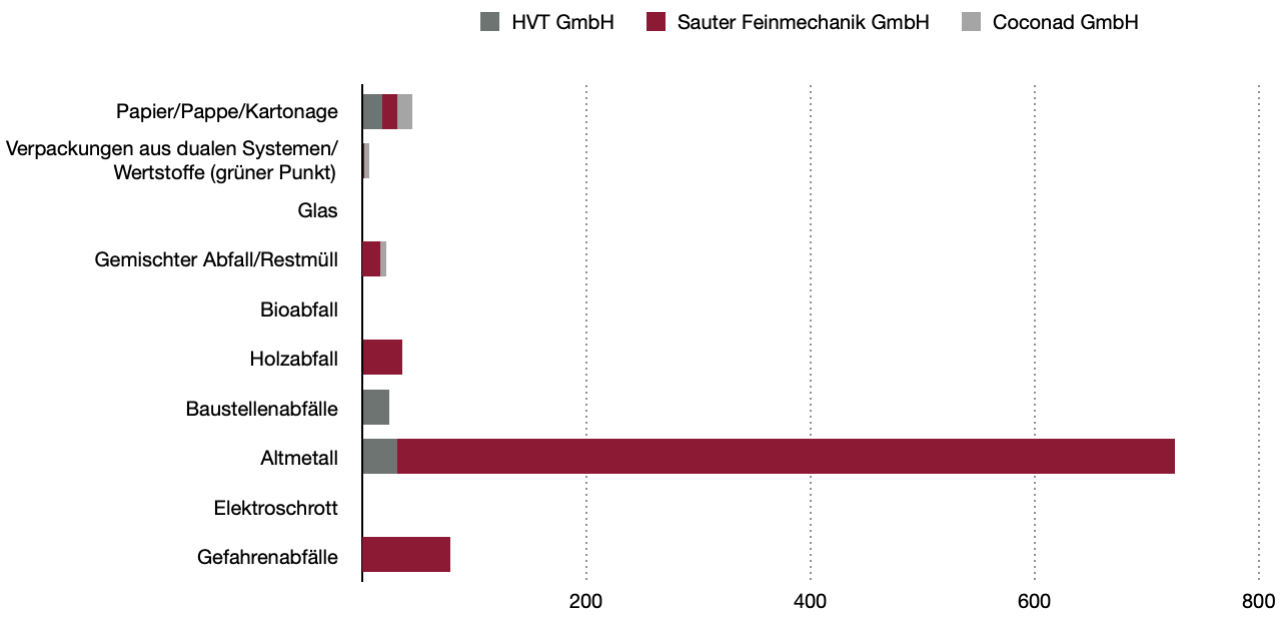
Die Hauptmenge an Restabfällen, die bei der Adler Modemärkte GmbH zur Entsorgung weiterhin anfällt, stellen Verpackungen von Waren für den Transport. Diese bestehen vornehmlich aus Polybags zum Schutz der Ware und Kartonagen. Auch hier schätzen wir einen Anteil von 90 % aus vorgelagerter Aktivität. Eine kleine Menge der Restabfälle stellen übliche Gewerbeabfälle der Verwaltung dar.

Im Rahmen der vorgelagerten Aktivitäten entstehen zudem Abfälle bei der Produktion. Diese umfassen vor allem Stoffreste und Abwasser bei der Herstellung und Ausstattung der Produkte. Da wir teilweise Fertigerzeugnisse einkaufen, haben wir hier nur einen bedingten Zugriff und Einfluss auf die Mengen. In den Einkaufsbedingungen ist fest verankert, dass keine Chemikalien eingesetzt werden, die auf einer Verbotsliste stehen. Zudem werden die

Lieferant:innen verpflichtet, die ZDHC Waste Water Guidelines einzuhalten. Im Zuge der Public Private Partnership 2018, ein Projekt, das die Verbesserung der Umwelt- und Arbeitsbedingungen teilnehmender Adler-Betriebsstätten zum Ziel hat, wurde zusammen mit ausgewählten Lieferant:innen auch ein Modul für Umweltmanagement durchgeführt. Die daraus entstandenen Unterlagen wurden mit allen Lieferant:innen geteilt und enthalten unter anderem Aspekte zum Umgang mit Abfällen und Abwasser.

Wir wollen auch in Zukunft durch eine noch engere Zusammenarbeit mit Lieferant:innen und eigenen Maßnahmen dazu beitragen, umweltfreundliche Praktiken in Lieferketten einzuführen und unseren Abfallverbrauch sowie unser Kostenaufkommen sinnvoll zu minimieren.

Segment Industrie und Dienstleistungen



Gesamte Abfallmenge (in Tonnen) für das Segment Industrie und Dienstleistungen im Jahr 2022

Der Abfall im Segment Industrie und Dienstleistungen macht etwas mehr als 30 % des gesamten Abfallaufkommens der Gruppe aus. Dabei handelt es sich zum Großteil um Altmetallabfälle, die im Industriesektor bei der Sauter Feinmechanik GmbH anfallen. Dazu gehören in diesem Fall Stahl, Gußspäne und Mischschrott. Diese Abfälle werden in einem Container gelagert, gesammelt und dann einer Neuproduktion im Stahlwerk zugeführt. So unterliegen über 70 % des gesamten Abfalls im Sektor Industrie und Dienstleistungen der Wiederverwertung. Holzabfälle (unbrauchbar gewordene Paletten und Kisten sowie Altholz mit Lackanhaftungen) werden bei Sauter im Container im Hof gesammelt und thermisch verwertet. Öle, Kühlschmierstoffe und andere diverse Reste aus Maschinenfüllungen sowie

Batterien gelten als Sonderabfälle und werden entsprechend behandelt,verwertet und dem Stoffkreislauf wieder zugeführt.

Die HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH produziert weniger als 10 % des gesamten Abfalls des Industrie- und Dienstleistungssektors, da das Abfallreduzierungskonzept hier direkt am Anfang der Lieferkette beginnt. Die Materiallieferungen von Großhandelsunternehmen erfolgen größtenteils in wiederverwendbaren Holzverschlägen, Transportbehältern, Paletten und Stapelboxen, die gleich bei der Lieferung auf die Baustelle zurückgegeben werden. Die Entsorgung anfallenden Abfalls erfolgt ausschließlich durch zertifizierte Recyclingunternehmen. Gefahrenabfälle stellen primär quecksilberhaltige Abfälle wie zum Beispiel Thermometer, Farben, Batterien, Akkus und Lösemittel (halogenfrei) dar. Gefahrenabfälle und Elektroschrott werden bei der Stadtentsorgung Potsdam mit Vorlage des Abfallausweises für unser Unternehmen entsorgt.

Die Coconad GmbH hat ein Abfallaufkommen, was nicht einmal 5 % des gesamten Abfallaufkommens entspricht, da es sich hier um ein reines Dienstleistungsunternehmen handelt. Somit reduzieren sich Abfälle auf Papier, Pappe, Verpackungen und Restabfälle, die im Büroalltag eines Dienstleistungsunternehmens anfallen.

Im Industrie- und Dienstleistungssektor arbeiten wir weiterhin daran, die Abfallentsorgung so nachhaltig und effizient zu gestalten wie möglich. Wir möchten nachhaltige Praktiken in Lieferketten implementieren, Produktions- und Gewerbeabfälle reduzieren und Energieeffizienz weiter fördern.

Verpackungen: Reduce, Reuse, Recycle

3-2, 301-1, 301-2, 301-3

Mit wachsendem Umweltbewusstsein setzen sich unsere Verbraucher:innen vor allem mit Abfallvermeidung und Wiederverwendung von Produkten und Verpackungen auseinander. Und so haben auch wir die Kreislaufwirtschaft bereits zu einem unserer Leitprinzipien der Nachhaltigkeitsstrategie gemacht. Denn mit Unternehmen insbesondere aus der Medien-, Logistik- und Handelsbranche sowie dem Retailbereich inklusive umfangreichem Retourengeschäft sind unsere Auswirkungen auf Verpackungsmaterialien weitreichend.

Auswirkungen:

Entlang der Wertschöpfungskette von Verpackungen können negative ökologische Effekte auftreten, von Ressourcenabbau bei der Rohstoffgewinnung über den Energieverbrauch und Emissionsausstoß bei ihrer Produktion bis hin zur Entsorgung. Die KOLIBRI Gruppe ist sich bewusst, dass Verpackungen in ihrem Portfolio Ressourcen verbrauchen und Verpackungsmüll erzeugen. Um diese und andere potenzielle Auswirkungen auf die Umwelt zu identifizieren, hat sich der Nachhaltigkeitssteuerkreis einen quantitativen Überblick über die Menge und die anfallenden Verpackungsmaterialien in der KOLIBRI Gruppe verschafft, um daraus vorläufige Ziele und Maßnahmen abzuleiten.

Die Beachtung bzw. Nichtbeachtung des Themas Verpackungen in unserer Nachhaltigkeitsstrategie geht für unsere Unternehmen mit einigen potenziellen Risiken und Chancen einher:

Risiken

- Höhere Kosten bei der Nutzung von Verpackungsalternativen oder recycelten Verpackungen
- Reputationsschäden und höhere Retourenquote bei der Einsparung überflüssiger Kunststoffverpackung
- Inkaufnahme anderer Risiken bei der Nutzung alternativer Verpackungen
- Möglicher Konflikt mit Händler:innen beim Umsetzen digitaler Lieferscheine

Chancen

- Vermeidung unnötiger CO_2 - Emissionen
- Kosteneinsparungen bei der Reduktion an Verpackungsmaterialien
- Profilierungschancen bei umweltbewussten Stakeholdern
- positives öffentliches Image als „umweltfreundliches“ Unternehmen, etc.

Grundsatz:

Im Code of Conduct der KOLIBRI Gruppe wird ihre Verpflichtung zur effizienten Nutzung natürlicher Ressourcen sowie zur besonderen Sorgfalt hinsichtlich der Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit ihrer Produkte und Dienstleistungen deutlich gemacht. Die KOLIBRI Gruppe optimiert relevante Ressourcenverbräuche fortlaufend in ihren Geschäftsprozessen und setzt produkt- oder rohstoffbezogene Maßnahmen um, die auch in vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette ansetzen.

Ziele auf Gruppenebene:

Nach dem Motto „Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln" möchten wir unseren Verpackungsmüll bis 2030 deutlich reduzieren. Es gilt überall da, wo Verpackungen eingesetzt werden – in der Produktion, in der Logistik, beim Verkauf und während des Konsums.

- Reduktion von 10 % des gesamten (Kunststoff-) Verpackungsabfalls bis 2030
  Hier sind wir auch auf die Kooperation von Lieferant:innen und Händler:innen angewiesen.
- Deutliche Erhöhung des Einsatzes von recyceltem und recyclingfähigen Material bis 2030
- Wiederverwendung erhöhen und Mehrwegsysteme einführen bis 2030

Maßnahmen:

Verpackungen müssen eine Vielzahl wichtiger Kriterien und Funktionen entlang der gesamten Lieferkette erfüllen:

- **Produktschutz:** In erster Linie schützen sie die Produkte vor Beschädigung während des Transports und der Lagerung.
- **Markenidentität:** Die Art und Gestaltung der Verpackung spielt außerdem eine entscheidende Rolle bei der Kommunikation der Markenidentität.
- **Kundenfreundlichkeit:** Praktisch zu öffnende und wiederverschließbare Verpackungen erhöhen die Benutzerfreundlichkeit und tragen dazu bei, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.
- **Effizienz bei Lagerung und Versand:** Gut gestaltete Verpackungen ermöglichen eine effiziente Lagerung und den Versand von Produkten, denn sie minimieren Platzbedarf in Lagern und Transportfahrzeugen.

- **Compliance und Vorschriften:** In vielen Branchen gibt es Vorschriften und Compliance-Anforderungen in Bezug auf Verpackungen. Die Einhaltung dieser Vorschriften ist entscheidend, um rechtliche Probleme zu vermeiden und das Vertrauen der Kund:innen zu wahren.

- **Nachhaltigkeit:** Die Auswahl von umweltfreundlichen Materialien und die Reduzierung von Verpackungsmüll tragen zur Minderung des ökologischen Fußabdruckes bei und entsprechen den Erwartungen umweltbewusster Kund:innen.

Mit Expert:innen aus der Verpackungsgestaltung, Strateg:innen aus dem Bereich Beschaffung und unseren Nachhaltigkeitsbeauftragt:innen wurden unter Berücksichtigung dieser Kriterien zunächst Stellschrauben identifiziert, um negative Umweltauswirkungen unserer firmeneigenen Verpackungen zu senken.

Folgende vier Stellschrauben konnten identifiziert werden:

- **Reduktion des Materialeinsatzes:** In vielen Unternehmen konnten in den letzten Jahren bereits viele überflüssige Materialkomponenten identifiziert und eliminiert werden. Wir prüfen fortlaufend weitere Materialeinsparungen.

- **Einsatz von Sekundärrohstoffen und Förderung der Recyclingfähigkeit:** Nicht nur die Verwendung von recyceltem Material soll erhöht werden, sondern wir prüfen auch die Gestaltung von Produkten und Verpackungen, um sicherzustellen, dass sie leicht in bestehende Recyclingprozesse integriert werden können.

- **Einsatz von Mehrweg-Alternativen:** Das Mehrweg-Prinzip bezieht sich auf die wiederholte Verwendung von Verpackungen oder Behältern, anstatt sie nach einmaligem Gebrauch zu entsorgen.

- **Einsatz von alternativen Materialien:** Auch möchten wir prüfen, welche alternativen Materialen verwendet werden können, um Material mit negativen Auswirkungen auf die Umwelt abzulösen.

Die Nutzung dieser Maßstäbe strebt eine Optimierung von Verpackungen in Bezug auf ihre ökologische Wirkung an. Ökobilanzielle Beurteilungen, wie es sie bei einzelnen Gesellschaften der KOLIBRI Gruppe auch in der Vergangenheit schon gab, gelten dabei auch weiter als nützliche Mittel zur Einschätzung der Umweltverträglichkeit von Verpackungen, etwa im Fall einer Änderung des verwendeten Materials.

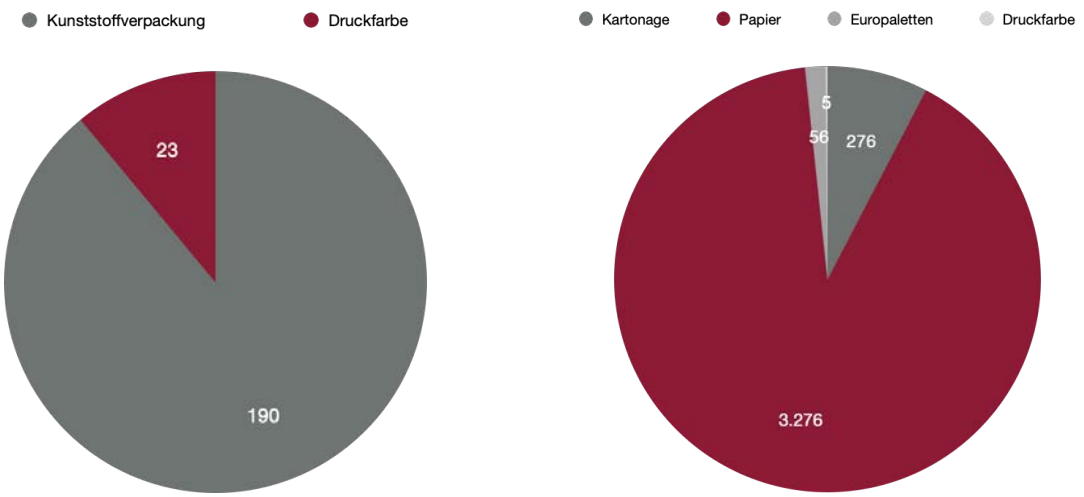
Einen ersten Schritt sind wir als KOLIBRI Gruppe gegangen und haben 2022 unseren gesamten Materialverbrauch ermittelt. Des Weiteren haben wir den Anteil der Materialien bestimmt, der bereits recycelt und/oder wiederverwendet wird, auch wenn dies in manchen Gesellschaften noch auf quantitativer Basis erfolgt ist.



Für die erstmalige Erhebung des eingesetzten Materialaufkommens haben wir uns auf die wichtigsten Produkte und Verpackungsmaterialien im Herstellungsprozess beschränkt. Im Wesentlichen sind das Textilfasern, Papier, Pappe und Kartonage, Kunststoff, Metall, Druckfarbe und Europaletten. Dabei fallen 200.500 Tonnen Material in die Kategorie nicht erneuerbare Materialien, wovon 196.000 Tonnen Metall das Segment Industrie stellt, und rund 5700 Tonnen Material fallen in die Kategorie erneuerbare Materialien. 21 % des genutzten PPK-Aufkommens für Verpackungszwecke sind recycelt, wohingegen der Recyclinganteil des Kunststoffaufkommens bei noch sehr geringen 2 % liegt.

Konkret setzen Einkauf und Nachhaltigkeitsmanagement der KOLIBRI Gruppe zunehmend auf leichtere Verpackungen aus nachhaltigen Materialien mit hohem Rezyklatanteil. Vertrieb und Marketing ermutigen die Kundschaft zudem, To-Go-Verpackungen wie Plastiktüten zu reduzieren. Zudem verzichtet die KOLIBRI Gruppe auf interne Veröffentlichungen in Papierform: Die KOLIBRI-App ersetzt die bisherige Form der Kommunikation und fungiert als zentrale Kommunikationsplattform für die gesamte Unternehmensgruppe sowie die einzelnen Unternehmen.

Segment Logistik & Medien



Gesamtmenge der nicht erneuerbaren (links) und erneuerbaren Materialien (rechts, beides in Tonnen) für das Segment Logistik & Medien im Jahr 2022

Die Logistik Gruppe ist als Handelsunternehmen tätig, somit fallen in nahezu allen operativen Prozessen große Mengen an Verpackungsmaterialien an. Vom Wareneingang über die Lagerung bis hin zum Warenausgang. Mit über 3500 Tonnen PPK sind die genutzten Verpackungsmaterialien im Segment Logistik mit Abstand am höchsten. Bei großen Produkten kann die Verpackung, in der das Produkt angeliefert wird, auch während der Lagerung und beim Warenausgang verwendet werden. Diese Art der Lagerung wird auch weiterhin forciert. Bei kleineren Artikeln ist das aktuell noch nicht immer möglich, sodass diese umverpackt werden müssen.

Richtlinien und Verpflichtungen, die die Gesellschaften einzuhalten haben

Es existieren Richtlinien, die von unseren Transportdienstleistern und uns eingehalten werden müssen, um die Haftung des Dienstleisters nicht zu verlieren. Unter anderem dürfen Pakete eine bestimmte Wanddicke nicht unterschreiten, die Pakete müssen mit Füllmaterial, wie Luftpolsterfolien, aufgefüllt werden und Pakete mit einem Gewicht über 15 Kilogramm müssen mit Kunststoffband umreift werden.

Status Quo und Maßnahmen

In Erfurt stellen unsere verwendete Daten Annäherungswerte dar, ermittelt durch Analysen des Einkaufs. Für die Erfassung der verwendeten Kartonage in Erfurt wurden für ähnliche

Größen und Ausführungen von Kartons Mittelwerte herangezogen. Die verwendete Kartonage und eingekaufte Wellpappe sind in Erfurt bereits zu 100 % recycelt. Statt der Einführung des digitalen Lieferscheins soll ein QR-Code auf die Pakete gelasert werden, der zum digitalen Lieferschein führt.



Das gesamte verwendete Umreifungsband in Erfurt besteht zu 15 % aus recyceltem Kunststoff. Kundenwannen, die in Erfurt für den Transport und die Lagerung der Produkte zum Einsatz kommen, werden fortlaufend wiederverwendet und in unserer Waschanlage gewaschen. Erst wenn diese ihre Funktion nicht mehr erfüllen, werden sie im Recyclingbetrieb Thees zu Granulat verarbeitet und dem Stoffkreislauf wieder zugeführt. Wir arbeiten derzeit daran, qualitative Daten zum Anteil der Wiederverwendung bereitzustellen.

Die Logistik-Gruppe in Erfurt ist plastikfrei

Gegen den anfänglichen Widerstand unserer Kunden setzen wir für unsere Büchersendungen nur noch umweltfreundliches Stopfmaterial aus 100 % Recyclingmaterial ein und ersetzen dadurch die übliche Schrumpffolie für die Warenfixierung. Gleichzeitig verwenden wir zur Etikettierung nur noch Papieretiketten anstelle von Etiketten aus Plastik. Damit verzichten wir komplett auf Plastik als Verpackungsmaterial und verringern somit den Verpackungsmüll in einem erheblichen Maß.



In Heeslingen werden mittlerweile zwölf verschiedene Kartongrößen verwendet, um den Verpackungsmüll und auch den Verbrauch an Füllmaterial zu reduzieren. Sendungen an den Endkunden haben einen überproportional großen Verbrauch an Verpackungsmaterial, da hier meist nur ein Produkt pro Paket versendet wird. Bei Geschäftskund:innen werden mehrere Aufträge konsolidiert, sodass nur ein Paket für viele Produkte gebraucht wird. Der Anteil der Artikel, die in ihrer Anlieferverpackung an unsere Kund:innen versendet werden können, steigt fortlaufend. Es wird Luftpolsterfolie aus Stärke genutzt, allerdings war diese bei Weitem nicht so widerstandsfähig wie das Pendant aus Kunststoff.

Bei der Eigenmarke Speedlink wurde und wird weiterhin die Verpackung angepasst und weitgehend auf Kunststoff verzichtet.

Es gab eine Testphase in Heeslingen, in der statt der Luftpolsterfolie geschredderte Pappe zum Einsatz kam. Der Plan war, Papier- und Pappe-Abfälle mit einer Maschine in Füllmaterial zu verwandeln. Diese Testphase wurde beendet, da die Kosten um ein Vielfaches höher waren als die Luftpolsterfolie. Es wird derzeit evaluiert, ob es künftig zum Einsatz kommt. Im Berichtsjahr 2022 wurde Kopierpapier mit einem Gewicht von 2,5 Tonnen beschafft, das zu 100 % aus recyceltem Altpapier besteht und für unsere Lieferscheine zum Einsatz kam. Aktuell werden wiederverwertete Verpackungsmaterialien nur im Bereich Service verwendet. Diese umfassen Europaletten, Pappe und Kartonage sowie Papier, welche zu 100 % wiederverwendet werden. Der Serviceanteil der Verpackungsmaterialien macht aktuell jedoch nur einen sehr geringen Anteil aus.



Für Nürnberg bzw. die Abteilung Print & Medien wurden Werte aus dem ersten halben Jahr 2023 herangezogen, da für 2022 keine Werte vorliegen. Der Posten Papier, der fast ausschließlich durch diese Abteilung verwendet wird, setzt sich hier sowohl aus Formatware als auch aus Rollenpapier zusammen. Dabei entsprechen 17 % des verwendeten Papiers Recyclingpapier.

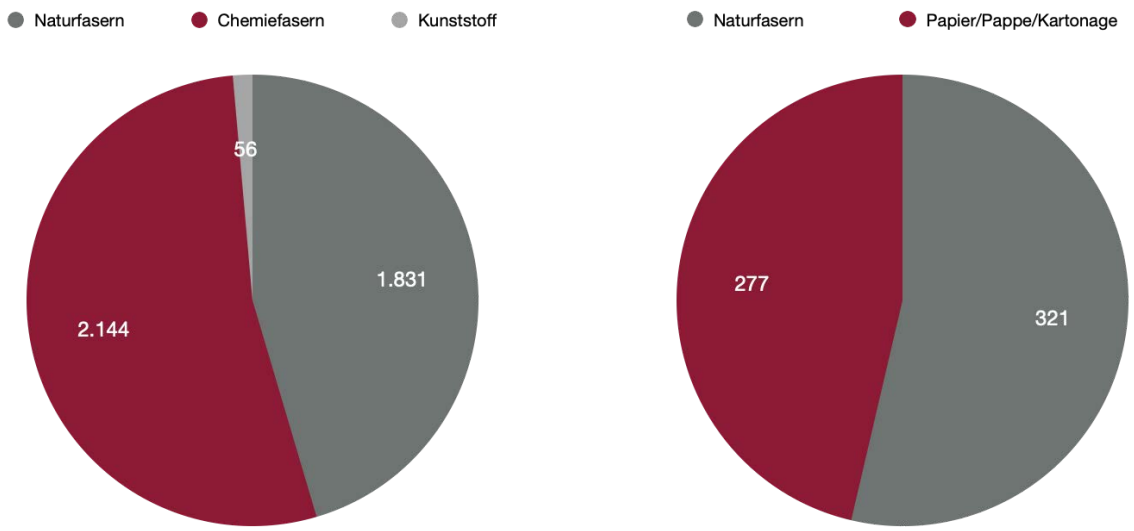


Nürnberg wird von zwei Druckfarben-Herstellern beliefert. 80 % des Farbverbrauchs stellen Rollenoffsetfarben der Firma Flint CPS Inks Germany GmbH. Die PremoEco BE-Druckfarben Serie besteht aus ausgewählten Mineralölen, die den Anforderungen des Blauen Engels UZ 195 Druckerzeugnisse entsprechen. Die Bindemittel enthalten einen wesentlichen Anteil an nachwachsenden Rohstoffen, wie z.B. Baumharzen, Pflanzenölen oder deren Derivaten. Der Anteil an auf nachwachsenden Rohstoffen basierenden Komponenten an der gesamten Farbrezeptur beträgt circa 15 bis 20 %. Die restlichen 20 % des Farbverbrauchs fallen auf UV LED-Druckfarben der Firma Siegwerk Druckfarben AG & Co. KGaA. Die Druckfarben bestehen aus Pigmenten, Oligomeren, Monomeren, Photoinitiatoren und Additiven. Der Anteil an nachwachsenden Rohstoffen ist bei UV-Farben, mit max. 10 %, recht gering. Zum Recyclinganteil der Druckfarbe kann gegenwärtig noch keine Aussage getroffen werden, aber

die von uns verwendete Siegwerk-Farbserie verfügt über sehr gute Deinkingeigenschaften. Durch die permanente Weiterentwicklung bei Siegwerk sind nun auch unsere UV-Lackierungen restlos deinkbar. So kehren Ihre Druckprodukte am Ende ihrer Lebensdauer wieder vollständig in den Rohstoffkreislauf zurück.

Grundsätzlich bemühen wir uns systematisch eine bessere und genauere Erfassung der Materialien zu ermöglichen.

Segment Retail



Gesamtmenge der nicht erneuerbaren (links) und erneuerbaren Materialien (rechts, beides in Tonnen) für das Segment Retail im Jahr 2022

Das Thema Umweltfreundliche Materialien sowie Produktverpackungen und ihre Recyclingfähigkeit sind besonders für den Einzelhandel zu einer großen Herausforderung geworden. Alles zusammen spielt eine zentrale Rolle bei der Produktpräsentation, beim Schutz der Waren während des Transports und der Lagerung sowie bei der Erfüllung von Kundenanforderungen. Umweltfreundliche Materialien und ihre nachhaltige Verpackung sind daher in der Einzelhandelsbranche zu einem unverzichtbaren Element geworden.

Im Segment Retail messen wir über 4000 Tonnen Material aus der Kategorie nicht erneuerbar und 600 Tonnen Material aus der Kategorie erneuerbar. Diese setzen sich vor allem aus Textilfasern, die unsere Modekette Adler einsetzt, und Verpackungsmaterialien wie Pappe und Kunststoff zusammen.

In der Rohstoffgewinnung ist der Baumwollanbau der Produktionsprozess mit der größten Umweltbelastung. Daher nimmt auch unter unseren Kund:innen die Nachfrage nach nachhaltig hergestellten Textilien zu. Die Gesamtmenge aller eingesetzten Fasern für unsere Produkte beträgt 4296 Tonnen, davon sind 2152 Tonnen Naturfasern und 2144 Tonnen Chemiefasern. Der Anteil der Naturfasern aus nachhaltiger Quelle lag im Berichtsjahr 2022 bei 321 Tonnen und macht damit einen Anteil von 15 % aus.

Mit dem Label „Feel Good" hat Adler ein zentrales Label für sein nachhaltiges Angebot geschaffen. Kund:innen müssen sich somit nicht erst durch eine Flut von Siegeln arbeiten, sondern können einfach zu unserem „Feel Good" Label greifen. Das Label erfüllt derzeit drei Standards: Den Global Organic Textile Standard (GOTS), den Organic Content Standard (OCS) und die Better Cotton Initiative (BCI). Im Rahmen der Ziele des Textilbündnisses ist Adler darauf bedacht, seine Anteile an nachhaltiger Baumwolle beständig zu steigern.



Textilrecycling stellt die Einzelhandelsbranche vor große Herausforderungen. Alte Kleidung aus vielen verschiedenen Fasermischungen aus Natur- und Chemiefasern lässt sich nur unter bestimmten Bedingungen wiederverwerten. Je mehr verschiedene Fasern ein Kleidungsstück enthält, desto aufwendiger oder sogar unmöglich wird der Prozess. Vor allem Alttextilien aus Baumwolle werden für die Weiterverarbeitung geschreddert, was jedoch die Fasern so sehr verkürzt, dass ein Mehranteil an neuer Baumwolle beigemischt werden muss. Hier ist der Recycling-Effekt daher kaum spürbar. Textilrecycling ist also nicht nur ökonomisch wenig nachhaltig, sondern derzeit kaum möglich.

Es werden aktuell keine Waren wiederverwertet. Es gab in der Vergangenheit einmal ein Rücknahmesystem über I:CO. Hier wurde die Zusammenarbeit 2018 beendet, da der Kosten-Nutzen-Aufwand nicht im Verhältnis stand.

Der Anteil des Materialeinsatzes aus Verkaufsverpackungen bei Adler beträgt:

- 31,6 Tonnen für Papier, Pappe und Kartonage
- 24,1 Tonnen für Kunststoff
- 2 Tonnen für Metall

Allerdings können wir den Anteil, der bei Adler auf Kartonagen und Kunststoff aus Transportverpackungen anfällt, nur aus den anfallenden Abfällen schätzen. Den Hauptanteil unseres Verpackungsabfalles stellt die Transportverpackung von Waren aus Asien.

Transportverpackungen aus Pappe, Papier und Karton presst Adler in den Filialen und führt sie dem fachgerechten Recycling zu. Aktuell arbeiten wir an einer detaillierten Aufstellung recycelter Verpackungsmaterialien.

Unsere Maßnahmen:

Durch die Nutzung von Mehrwegbehältern bei der Filialbelieferung konnte in der Vergangenheit bereits eine deutliche Reduzierung der Kartonage-Abfälle erzielt werden. Die vereinzelte Eintütung von Waren ist nicht mehr gestattet, wenn sie nicht zur Verkaufsverpackung gehören. Durch die Umstellung des Onlineshops auf Ship from Store werden Online-Waren auch nicht mehr einzeln einfoliert. Für die Polybags von Agentur-Lieferant:innen wird zukünftig recyceltes Material verwendet. Die von Adler eingesetzten Taschen, die in unseren Märkten verkauft werden, bestehen nur aus recyceltem Material und tragen das „Blauer Engel"-Umweltsiegel. Dadurch werden im Vergleich zu Taschen aus Neumaterial pro Tasche 60 % CO_2 eingespart.



In den Adler Märkten werden mehr als 60 % der Produkte auf Kleiderbügeln präsentiert. Diese Bügel durchlaufen bei Adler einen durchdachten Recyclingprozess: Nach dem Verkauf werden sie an einen Sortierer zurückgeschickt, der unbeschädigte Bügel wieder dem Zentrallager und den Lieferant:innen zur Verfügung stellt, um sie für neue Produkte zu nutzen. Beschädigte Bügel werden ausgesondert und zu Granulat verarbeitet und so dem Stoffkreislauf wieder zugeführt. Im Durchschnitt durchlaufen die Bügel diesen Kreislauf sechsmal.

Verpackungsmaterialien der BuchPartner GmbH fallen primär im Wareneingang, in der Einlagerung sowie in der Auftragskommissionierung an.



Im Wareneingang werden überflüssige Umverpackungen direkt entfernt und entsorgt, um den Verpackungsmüll zu reduzieren.

Bei der Auftragskommissionierung werden eingelagerte Waren zur Bereitstellung der Kommissionierung ausgepackt. Dabei gilt es auch, die Transportsicherung zu gewährleisten und die Ware für den Versand, beispielsweise durch Stopfmaterial, Bänder und Stretchfolie, zu sichern.

An unserem einzigen Standort Darmstadt gibt es keine Lieferant:innen mit einem überdurchschnittlich hohen Aufkommen an Verpackungsmüll.

Bei den im Jahr 2022 eingesetzten Verpackungsmaterialien der BuchPartner GmbH handelt es sich teilweise um erneuerbare Materialien, die extern bezogen wurden. Der Anteil des Materialeinsatzes aus Verkaufsverpackungen beträgt:

- 245,69 Tonnen für Kartonagen
- 3,994 Tonnen für Folie

Unsere Maßnahmen:

BuchPartner GmbH steht eng im Austausch mit den Verlagen, um nach Absprache die Verwendung von zusätzlicher Folie bei Büchern innerhalb der Transportverpackung zu reduzieren.

Zudem setzt das Unternehmen vermehrt auf die Verwendung von Chep-Paletten anstelle von Einwegtransportsicherungen.

Die Bemühungen zur Reduzierung von Verpackungsmaterialien und zur Förderung der Nachhaltigkeit werden kontinuierlich fortgeführt. Es ist daher geplant, den Einsatz

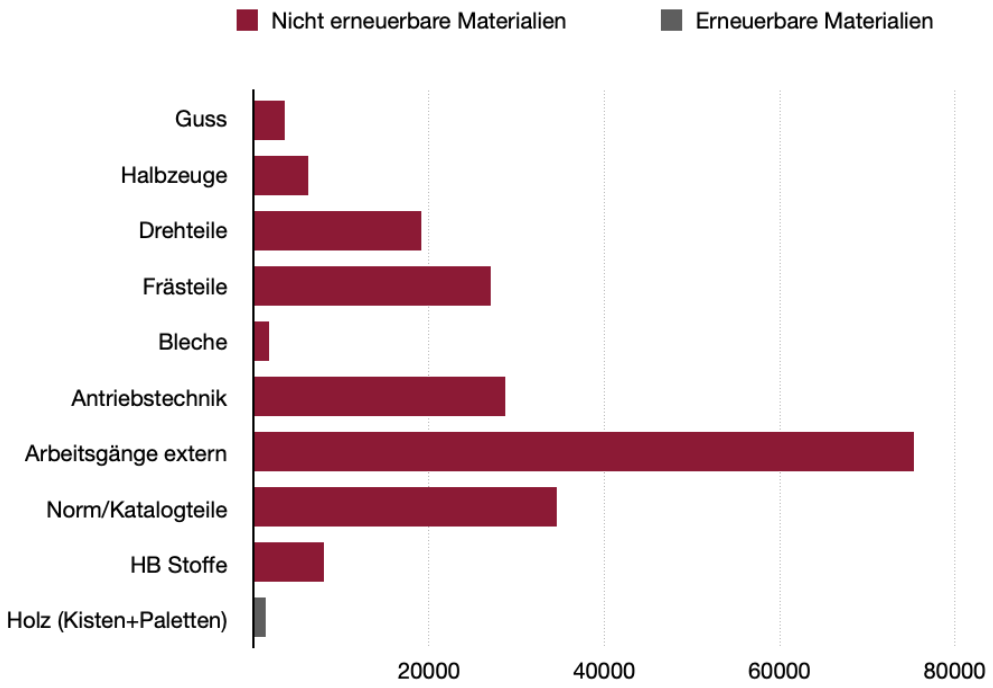
von mehrfach verwendbaren Retourenboxen einzuführen und das Rückgaberecht einzuschränken.

Kartonage und Stopfmaterial aus Pappe oder Papier werden bei der BuchPartner GmbH bei verschiedenen Hersteller:innen bestellt. Nachfolgend ist der Recycling-Anteil aller Lieferant:innen aufgeführt:

- Kunert Wellpappe Biebesheim GmbH & Co. KG : 50 % Recycling-Anteil
- Ott & Sohn GmbH: 50 % Recycling-Anteil
- Heuchemer Verpackung GmbH & Co. KG: 70 % Recycling-Anteil
- Sprick GmbH Bielefelder Papier- und Wellpappenwerke & Co.: 100 % Recycling-Anteil

Segment Industrie und Dienstleistungen

Die Coconad GmbH bietet Dienstleistungen im Bereich Online-Marketing an, deswegen sind Verpackungs- und Materialeinsatz zu vernachlässigen. Materiallieferungen der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH erfolgen in wiederverwendbaren Behältern und Boxen, die gleich nach Lieferung auf die Baustelle zurückgegeben werden. Im Segment Industrie und Dienstleistungen werden also nachfolgend nur die Materialaufwendungen der Sauter Feinmechanik GmbH dargestellt. Das gesamte Metallaufkommen der KOLIBRI Gruppe fällt in der Sauter Feinmechanik GmbH an und unterteilt sich in folgende Kategorien:



Gesamtmenge der Materialien (in Tonnen) pro Kategorie für Sauter Feinmechanik GmbH im Jahr 2022

Der Verpackungsmüll der Sauter Feinmechanik GmbH fällt primär innerhalb des Warenausgangs und -eingangs an. Es gibt prinzipiell zwei unterschiedliche Verpackungsarten, abhängig von der Produktart. Revolver und Rundtische werden aufgrund ihrer Größe und ihres Gewichts in Holzkisten verpackt. Tooling und Kleinteile werden hingegen in Kartons verpackt.

Generell ist eine Rückführung der Verpackung bzw. Mehrwegverpackung wirtschaftlich und ökologisch nicht sinnvoll.

Unsere Maßnahmen:

Bei den Holzkisten werden verschiedene Größen eingesetzt, um Produkte und Sendungen an gleiche Kund:innen in einer Verpackung zusammenzufassen. Einige Größen wurden bereits auf Faltkisten umgestellt, da sie in der Zufuhr und Lagerung ein geringeres Volumen haben. Sowohl bei der Holzkisten- als auch bei der Faltkistenbeschaffung wird auf FSC-zertifiziertes Rohmaterial geachtet.

Seit Beginn des Jahres 2023 verzichten wir bei der Sauter Feinmechanik GmbH auf ein Schaum-Inlay und sichern mit Schreddermaterial aus Wellpappe das Produkt. Dieses Schreddermaterial stammt derzeit zu 100 % aus der Verpackung von Anlieferungen. Es wird kontinuierlich geprüft, ob sich dieser Vorgang langfristig bewährt und ob der komplette Kartonagen-Abfall so einer zweiten Verwendung zugeführt werden kann.

Außerdem wird derzeit geprüft, ob auf die Plastiktüte aus VCI-Folie, die dem Korrosionsschutz dient, verzichtet oder stattdessen ein ökologisches Material verwendet werden kann.

Allen Produkten wird grundsätzlich eine produktspezifische Bedienungsanleitung beigelegt. Inzwischen wurde eine Anleitung ohne Schutzseite aus Plastik entwickelt. Zudem wird ausschließlich Recyclingpapier verwendet. Derzeit prüfen wir bei der Sauter Feinmechanik GmbH die Möglichkeit, gänzlich auf eine gedruckte Bedienungsanleitung zu verzichten und stattdessen einen QR-Code zur elektronischen Bereitstellung der Anleitung beizulegen.

Im Wareneingang wurde in den vergangenen Monaten verstärkt auf Mehrwegverpackungen, wie beispielsweise Kanban und Tauschpaletten mit Aufsatzrahmen, umgestellt.

Es gibt nur zwei Produkte, die nachweislich aus recyceltem Material bestehen:

- die gekaufte Wellpappe (Recycling-Anteil unbekannt)
- das neu in 2023 eingesetzte Recycling-Kopierpapier (zu 100 %)



Die von der Sauter Feinmechanik GmbH erworbenen Stoffe Guss, Halbzeuge, Drehteile, Frästeile und Bleche haben üblicherweise bei der Stahlherstellung einen Schrottanteil, der uns derzeit unbekannt ist. Um zukünftig eine prozentuale Recyclingmaterial-Quote ausweisen zu können, werden wir bei der Sauter Feinmechanik GmbH fortan im Beschaffungsprozess Informationen über den Anteil an Recyclingmaterial anfordern.

Bereits seit mehreren Monaten führt die Sauter Feinmechanik GmbH eine nachhaltige Praxis ein, bei der Kunststoffverpackungen, wie z.B. Hülsen, an die Lieferant:innen zurückgesandt werden, um diese erneut zu verwenden.

Darüber hinaus streben wir bei der Sauter Feinmechanik GmbH an, zunehmend auf Mehrwegsysteme umzusteigen, wann immer dies wirtschaftlich möglich ist. Dies betrifft beispielsweise Paletten, Gitterboxen und KLT-Behälter, um den Verbrauch von Einwegverpackungen zu minimieren.

Klimaschutz: KOLIBRI goes zero

Die Einsparung von Energie und die Vermeidung klimaschädigender Emissionen hatten im Berichtsjahr 2022 höchste Priorität. Mit steigenden Energiepreisen, die die deutsche Wirtschaft vor zusätzliche Herausforderungen gestellt haben, sind Themen wie Betrieblicher Klimaschutz und auch klimafreundliche Mobilität in den Hauptfokus unserer Nachhaltigkeitsstrategie gelangt.

Auswirkungen:

Die Auswirkungen der KOLIBRI Gruppe auf den Klimaschutz sind als besonders relevant und kritisch einzustufen. Durch den Betrieb der Märkte, Verwaltungseinrichtungen und Lagerhallen sowie durch Dienstreisen entstehen schädliche Treibhausgase, womit wir nachweislich Einfluss auf das Klima nehmen. In allen Workshops wurde die Behebbarkeit der Auswirkungen unserer Unternehmen auf das Klima als irreversibel und kritisch eingestuft, weshalb das Thema häufig direkt als wesentlich eingestuft wurde.

Die Beachtung bzw. Nichtbeachtung des Themas Klimaschutz in unserer Nachhaltigkeitsstrategie geht für unsere Unternehmen mit einigen potenziellen Risiken und Chancen einher:



Ziele auf Gruppenebene:

Der Vorstand hat in einer Klausurtagung im Sommer 2022 das Ziel der CO_2-Neutralität auf Unternehmensebene bis 2030 bestätigt und dieses damit zu einem der wichtigsten Unternehmensziele der KOLIBRI Gruppe erklärt. Ferner hat sich die KOLIBRI Gruppe zum Ziel gesetzt, bis 2030 eine Einsparung von Emissionen in Scope 1 & 2 von ambitionierten, aber realistischen 15 % zu erreichen. Als Basisjahr dient 2022 (Ersterstellung einer gruppenweiten CO_2-Bilanz, siehe CO_2-Bilanz). Außerdem haben wir uns vorgenommen, bis 2030 eine Einsparung von Scope-3-Emissionen von 7,38 % zu erreichen. Dieses Ziel steht im Einklang mit dem 2-Grad-Ziel der Science Based Targets Initiative. Als Basisjahr dient auch hier 2022 (Ersterstellung einer gruppenweiten CO_2-Bilanz). Wir behalten uns Anpassungen dieser Ziele in den kommenden Berichtsperioden vor, da wir die Ausarbeitung einer vollumfänglichen Klimastrategie, wie sie in der CSRD gefordert wird, noch vor uns haben.

Unsere Maßnahmen:

Eine Vielzahl von Handlungsoptionen sind und werden laufend in konkrete Projekte überführt. Diese erstrecken sich unter anderem von der proaktiven Reduktion von Verpackungsmaterialien, insbesondere Plastik, über die Modernisierung der Fahrzeugflotten hin zu umweltfreundlichen und wirtschaftlichen Sattelzügen und Wechselbrückenfahrzeugen, den Potentialen der E-Mobilität, die Prüfung von alternativen Treibstoffen, insbesondere Wasserstoff, oder die Nachrüstung von Immobilien mit Solar Panels. Die KOLIBRI Gruppe verpflichtet sich, Treibhausgase, die in ihren Geschäftsprozessen entstehen, kontinuierlich zu reduzieren. Sie setzt sich für die Nutzung erneuerbarer Energiequellen ein und senkt den spezifischen Energieverbrauch mit geeigneten Maßnahmen und durch die Aufklärung der Mitarbeiter:innen über energiesparendes Verhalten.

Um unsere Ziele zu erreichen, bilanziert die KOLIBRI Gruppe seit 2022 nun jährlich ihre Treibhausgasemissionen durch unabhängige Expert:innen und überprüft so ihre Fortschritte. In diesem Zusammenhang haben wir uns 2022 für die Zusammenarbeit mit der VERSO GmbH entschieden, um unser gesamtes Nachhaltigkeitsmanagement in einer Software zusammenzuführen. Für das Berichtsjahr 2022 ist es uns erstmals gelungen, alle anfallenden Treibhausgase der Tochtergesellschaften der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA zu bilanzieren. Der Bilanzrahmen umfasst dabei jenen Teil der Wertschöpfungskette, der unmittelbar gesteuert werden kann. Konkret heißt das: Die Emissionsdaten beziehen sich auf die Prozesskette vom Einkauf bis zu den Märkten der KOLIBRI Gruppe sowie auf die Verwaltung. Nicht berücksichtigt sind Herstellung und unternehmensexterne Transporte der Produkte, ebenso wenig die Produktnutzung und Entsorgung durch die Kund:innen. Die Treibhausgasemissionen werden in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol berechnet.

Wir möchten im nächsten Schritt den Fokus auf aktive Maßnahmen und klare Ziele legen. Wir planen, zu diesem Zweck in den nächsten Quartalen Reduktions- und Vermeidungsmaßnahmen zu definieren sowie Investitionen in Klimaprojekte zu evaluieren, um den Beitrag zum Klimaschutz der KOLIBRI Gruppe effektiv zu steigern. Es ist also möglich, dass wir unsere gesteckten Ziele mit der Fertigung unserer Klimastrategie noch anpassen müssen. Weitere geplante Maßnahmen sind die Erstellung eines Produkt-CO_2-Fußabdrucks für die Adler Modemärkte GmbH und die Zeitfracht Medien GmbH.

Unser CO_2-Fußabdruck

305-1, 305-2, 305-3, 305-4

Der Corporate Carbon Footprint dient dazu, die größten Emissionsquellen innerhalb des Unternehmens und entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen zu identifizieren. Damit bildet er die Grundlage für die Entwicklung unserer Klimaschutzstrategie, in der Ziele, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten zur Reduktion von Treibhausgasemissionen festgelegt werden sollen. In Folgejahren dient er dazu, zu überprüfen, ob gesetzte Ziele erreicht wurden, in welchen Bereichen Fortschritte erzielt werden können und in welchen Bereichen Handlungsbedarf zur CO_2-Reduktion besteht.

Insgesamt wurden durch die Geschäftsaktivitäten der gesamten KOLIBRI Gruppe Emissionen in Höhe von **232.473,24 t/CO_2e** verursacht. Davon sind 25.149,06 t/CO_2e direkte Emissionen (Scope 1), die unmittelbar aus Aktivitäten und Prozessen innerhalb der Organisation resultieren. 12.961,2 t/CO_2e entfallen auf indirekte Emissionen (Scope 2), die aus der Produktion von elektrischer Energie, Dampf oder Wärme resultieren, die von Dritten erworben und in den betrieblichen Prozessen von KOLIBRI genutzt werden. 194.362,98 t/CO_2e wurden durch andere indirekte Emissionen (Scope 3) verursacht, die aus Aktivitäten resultieren, die mit dem Unternehmen in Verbindung stehen, aber nicht unmittelbar von ihm kontrolliert werden.

Definition der Systemgrenzen:

Eine CO_2-Bilanzierung erfordert eine klare Festlegung der Systemgrenzen, auf die sich der Carbon Footprint bezieht. Dies beinhaltet organisatorische und operative Systemgrenzen. Die organisatorischen Systemgrenzen beschreiben die organisatorische Einheit und den Zeitraum, auf den sich der Carbon Footprint bezieht. Die Systemgrenzen können gemäß der operativen oder finanziellen Kontrolle gezogen werden oder gemäß dem Kapitalanteil. Die operativen Systemgrenzen beschreiben die Emissionsquellen, die innerhalb der organisatorischen Grenzen Berücksichtigung finden.

Für diesen Bericht haben wir die Standorte der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA, der Zeitfracht Medien GmbH, der Zeitfracht Logistik GmbH, der BuchPartner GmbH

inkl. Kolibri Services GmbH, der Sauter Feinmechanik GmbH, der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH, der Coconad GmbH sowie die Filialen der Adler Modemärkte GmbH berücksichtigt. Die Systemgrenzen wurden gemäß dem Kapitalanteil der Gesellschaften festgelegt. Kategorien, die in den Systemgrenzen unserer Bilanz 2022 keine Berücksichtigung finden, sind: Gemietete Vermögenswerte, Investitionen, Konzessionen, Gemietete Vermögensgegenstände, Abfallbehandlung von verkauften Produkten, Nutzung von verkauften Produkten, Verarbeitung von verkauften Produkten

Zur Abgrenzung verschiedener Emissionsquellen unterscheidet das GHG Protocol zwischen drei Kategorien („Scopes“):

Scope 1:

In Scope 1 werden alle CO_2-Emissionen ausgewiesen, die direkt durch das bilanzierende Unternehmen gesteuert werden können (direkte CO_2-Emissionen). Hierunter fallen die Verbrennung fossiler Brennstoffe (mobil und stationär), CO_2-Emissionen aus chemischen und physikalischen Prozessen sowie die Kältemittelleckage aus Klimaanlagen.

Scope 2:

In Scope 2 werden indirekte CO_2-Emissionen ausgewiesen, die durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe während der Produktion von Strom, Wärme, Kälte und Dampf bei externen Energieversorgern verursacht werden. Durch den Ausweis in einer separaten Kategorie wird eine Doppelzählung beim Vergleich von CO_2-Emissionen unterschiedlicher Unternehmen vermieden.

Scope 3:

Alle übrigen CO_2-Emissionen, die nicht der direkten unternehmerischen Kontrolle unterliegen, werden in Scope 3 ausgewiesen (andere indirekte CO_2-Emissionen). Hierunter fallen z.B. CO_2-Emissionen, die mit Produkten und Dienstleistungen verbunden sind, die durch das bilanzierende Unternehmen in Anspruch genommen oder verarbeitet werden. Hinzu kommen CO_2-Emissionen, die mit der Nutzung verkaufter Produkte und Dienstleistungen verbunden sind, wenn dabei direkte CO_2-Emissionen verursacht werden. Entsprechend den Vorgaben des GHG Protocol ist der Ausweis der CO_2-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 obligatorisch.

Bilanzübersicht der KOLIBRI Gruppe 2022			
	Kategorie	tCO_2e	%
Scope 1		**25.149,06**	**10,82**
	Fuhrpark	20.500,13	8,82
	Kältemittel	4,08	0,00
	Stationäre Verbrennung	4.644,85	2,00
Scope 2		**12.961,20**	**5,58**
	Fernwärme	314,60	0,14
	Strom	12.646,60	5,44
	Weitere (Dampf, Kälte, Druckluft)	0,00	0,00
Scope 3		**194.362,98**	**83,60**
	3.1 Rohstoffe & Dienstleistungen	125.707,74	54,07
	3.1 Verpflegung	70,60	0,03
	3.1 Papier und Drucksachen	1.328,30	0,57
	3.1 Wasser	8,93	0,00
	3.1 Externes Rechenzentrum	349,20	0,15
	3.1 Weitere Rohstoffe/Dienstleistungen	123.950,71	53,32
	3.2 Elektronik	216,43	0,09
	3.3 Vorketten (Scope 1 & 2)	7.748,34	3,33
	3.4 Eingangslogistik	23.636,44	10,17
	3.5 Abfall	570,17	0,25
	3.6 Dienstreisen	586,23	0,25
	3.7 Pendelverkehr Mitarbeiter:innen	3.354,02	1,44
	3.8 Ausgangslogistik	32.543,61	14,00

Kategorien außerhalb unserer gewählten Systemgrenzen: *Gemietete Vermögenswerte, Investitionen, Konzessionen, Gemietete Vermögensgegenstände, Abfallbehandlung von verkauften Produkten, Nutzung von verkauften Produkten, Verarbeitung von verkauften Produkten.*

Datenerfassung und Berechnung:

Die Berechnung der CO_2-Emissionen erfolgt mithilfe von Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren für die Umrechnung in CO_2. Bei der Datenerfassung und der Bewertung von Daten hinsichtlich ihrer Qualität unterscheidet man zwischen Primär- und Sekundärdaten. Bei Primärdaten handelt es sich um Daten, die in direktem Bezug auf einen Untersuchungsgegenstand erhoben werden. Mit Sekundärdaten werden Daten bezeichnet, die durch Verarbeitung und Modellierung von Primärdaten gewonnen wurden. Für die Umrechnung der Verbrauchsdaten in CO_2 wurden sowohl Primär- als auch Sekundärdaten aus wissenschaftlichen Datenbanken bzw. Studien genutzt:

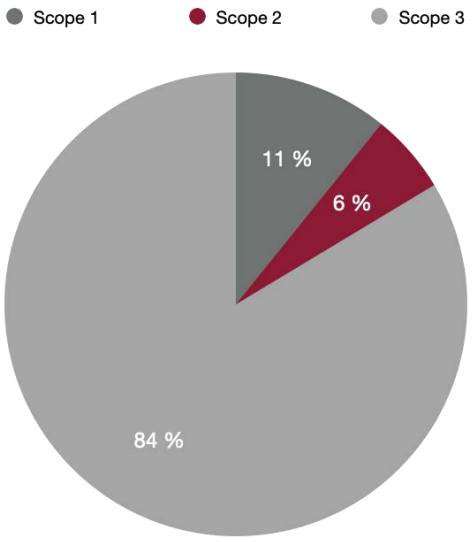
ecoinvent, UBA , Defra, IFEU, ÖKO Institut

Lagen uns keine Primärdaten zu den einzelnen Kategorien der Scopes vor, die in der Bilanzübersicht aufgeführt sind, wurden in Einzelfällen Annahmen und Hochrechnungen gemacht. Dies betrifft vereinzelt den Wasser-, Heizungs- und Stromverbrauch.

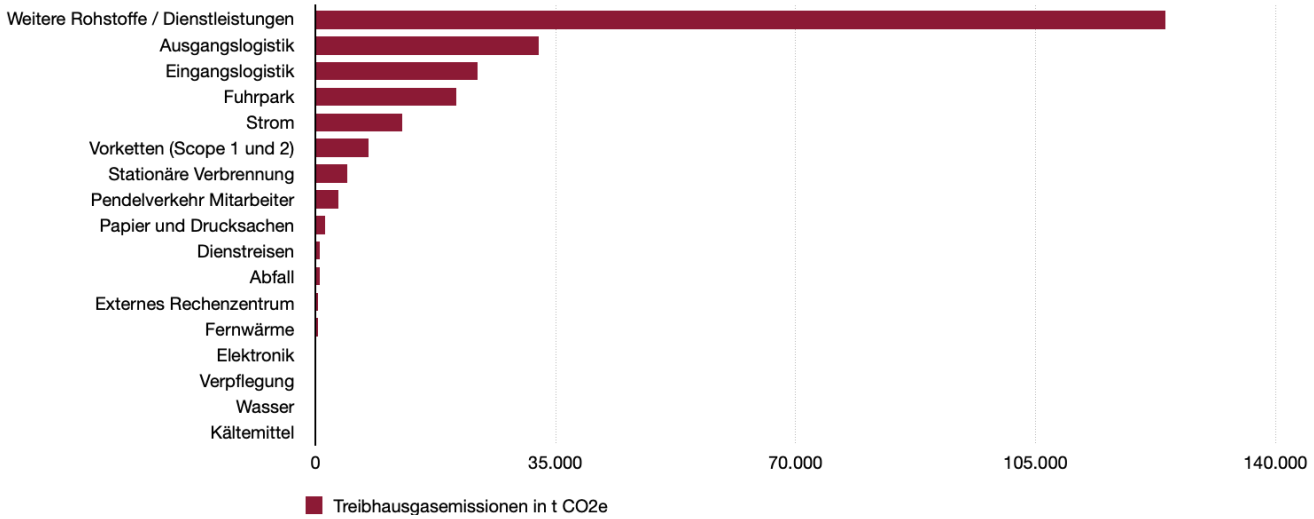
Die Daten zum Pendlerverhalten unserer Mitarbeitenden wurden mittels einer anonymen Online-Befragung erfasst. Dabei wurden unsere Mitarbeiter:innen unter anderem zur Art des Pendelns (Auto, Fahrrad, öffentliche Verkehrsmittel, zu Fuß, etc.), zur Entfernung sowie zur Häufigkeit der Nutzung der Pendelstrecke und auch zur Anzahl der Homeoffice-Tage befragt.

Die Erfassung der Kategorien Eingangs- und Ausgangslogistik sowie Rohstoffe und Dienstleistungen erfolgte nach der sogenannten Spend-Based-Methode. Diese ausgabenbasierte Berechnung bezieht die Daten aus den wirtschaftlichen Aktivitäten der Unternehmen. Die CO_2-Emissionen werden auf Basis des finanziellen bzw. wirtschaftlichen Wertes einer Ware oder Dienstleistung berechnet. Dabei haben wir Rohstoffe und Dienstleistungen in Güter gleicher Arten bzw. Branchen zusammengefasst.

Damit ergibt sich für die Bilanz der KOLIBRI Gruppe eine Unsicherheit von (+-)7 %.



Aufteilung der Scope 1, 2 & 3 Kategorien (in %) für die KOLIBRI Gruppe im Jahr 2022



Gesamte CO_2-Emissionen (in t CO_2e) nach Kategorien für die KOLIBRI Gruppe im Jahr 2022

Die meisten Emissionen verzeichnet die KOLIBRI Gruppe in der Kategorie eingekaufte Rohstoffe und Dienstleistungen. Eingekaufte Waren und Güter sind: Herstellungsmaterialien, wie Metall, Textilien, etc.; Verpackungsmaterialien, wie Kartonage, Stopfmaterial und Folie; Büroutensilien oder Gebrauchsgegenstände, wie z.B. Schutzausrüstung, Reifen, etc. Hinzukommen verschiedene Dienstleistungen, wie IT-Services, Tätigkeiten im Bereich Marketing, Print & Web, Rechts- oder Buchführungsaufträge, Liefer- und Kurierdienste, Reinigung, Aktenvernichtung oder auch Reparaturen und Pannenhilfe. Die Scope-3-Emissionen unterliegen nicht direkt der unternehmerischen Kontrolle, weshalb wir hier auch nur bedingt die Möglichkeit der Reduktion haben.

Wir sind bemüht, unsere Datenqualität besonders in Scope-3-Kategorien in den Folgejahren zu verbessern und Ansätze zu finden, wie wir auch unsere indirekten Emissionen verringern können.

Nicht ungewöhnlich sind unsere hohen Emissionen in den Bereichen Eingangs- und Ausgangslogistik sowie Fuhrpark, da genau dort mit unseren Gesellschaften, wie der Zeitfracht Medien GmbH und der Zeitfracht Logistik GmbH, unser Kerngeschäft liegt.

Auf dem Weg zur **Emissionsneutralität im Jahr 2030** verfolgen wir den holistischen Ansatz „Vermeiden, Reduzieren und Kompensieren“ zur strategischen Verringerung unserer Treibhausgasemissionen:

1. **Vermeiden:**

Wir konzentrieren uns zunächst darauf, die Entstehung von Treibhausgasemissionen von vornherein zu verhindern. Dies schließt den Einsatz energieeffizienter Technologien,

Prozessoptimierungen und klimafreundliche Entscheidungen in unseren Geschäftspraktiken ein.

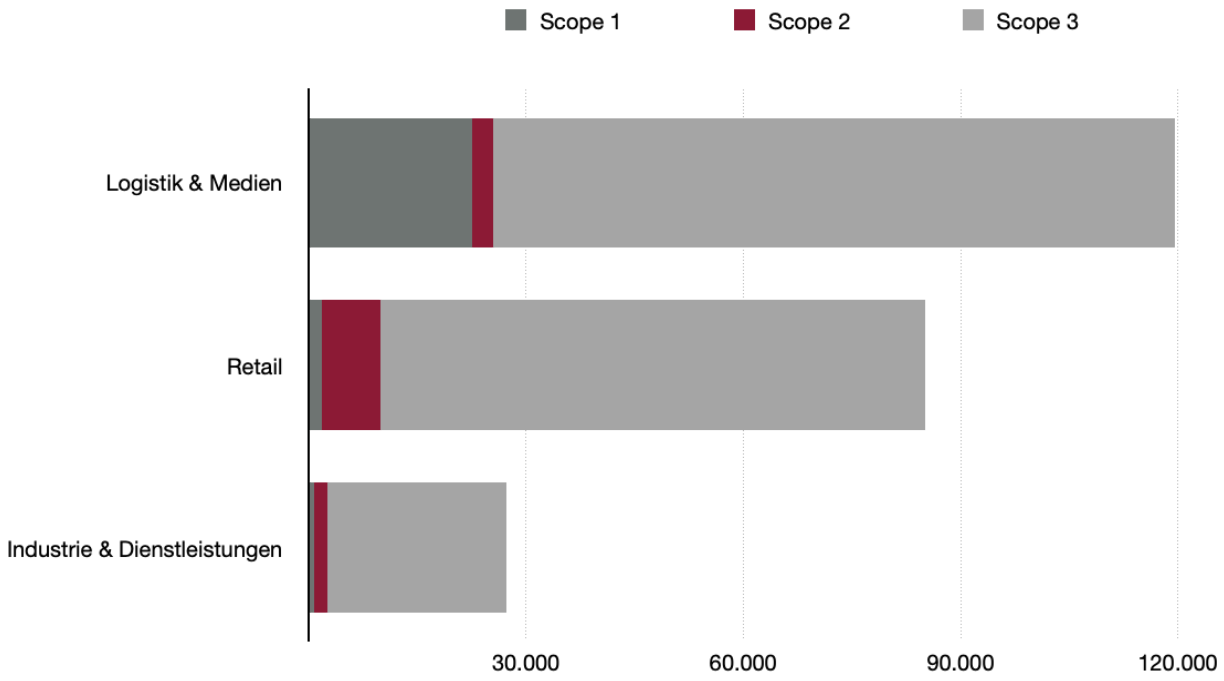
2. **Reduzieren:**

Dieser Schritt bezieht sich auf die Minderung von Treibhausgasemissionen, die trotz aller Vermeidungsmaßnahmen immer noch entstehen. Hierbei geht es darum, den Ausstoß von Treibhausgasen zu verringern, indem beispielsweise weniger Energie verbraucht oder klimafreundlichere Technologien und Prozesse eingesetzt werden. Dies kann durch die Nutzung von effizienteren Transportmitteln, den Einsatz energieeffizienter Gebäudetechnik oder die Optimierung der Lieferketten erreicht werden.

3. **Kompensieren:**

In einem dritten Schritt befassen wir uns zukünftig mit den Treibhausgasemissionen, die trotz Vermeidungs- und Reduktionsbemühungen unvermeidbar sind. Hier geht es darum, die verbleibenden Emissionen durch Maßnahmen auszugleichen, die den gleichen Anteil oder sogar mehr CO_2 aus der Atmosphäre entfernen, als bei den Emissionen freigesetzt wurde. Dies kann beispielsweise durch Aufforstungsprojekte, die Nutzung von Kohlenstoffsenken oder die Investition in erneuerbare Energieprojekte erreicht werden. Der Zweck ist, einen „Null-Emissions"-Zustand zu erreichen, indem die verbleibenden Emissionen neutralisiert werden.

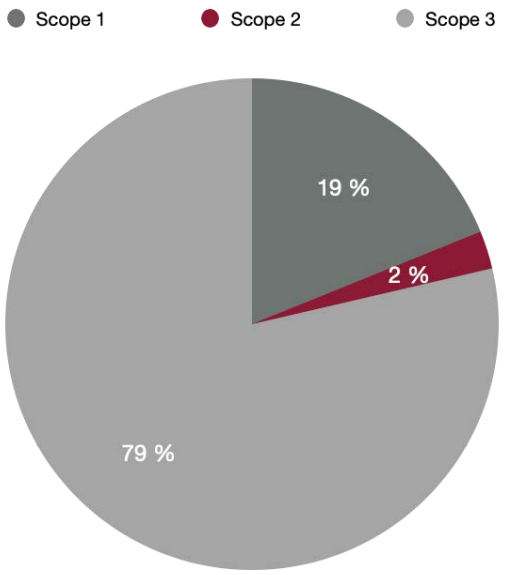
Segment-Ebene



Gesamte CO_2-Emissionen (in t CO_2e) nach Kategorien für die Segmente Logistik & Medien, Retail und Industrie & Dienstleistungen im Jahr 2022

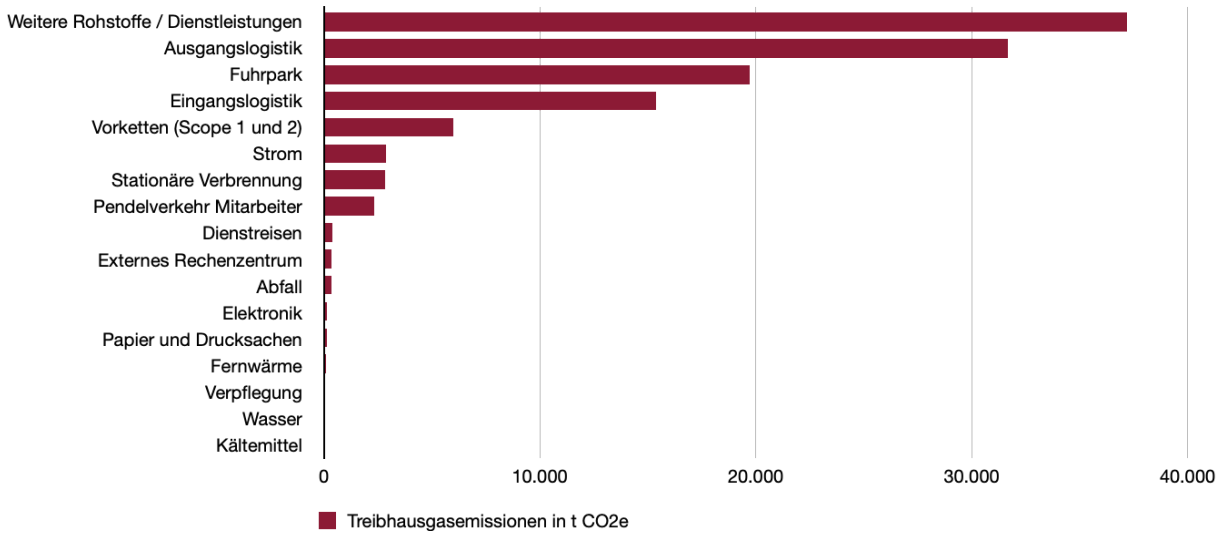
Entsprechend der Erwartungshaltung emittiert das Segment Logistik & Medien mit Abstand den größten Teil an CO_2-Emissionen innerhalb der KOLIBRI Gruppe. Einer der Hauptemissionstreiber über alle Segmente hinweg sind die eingekauften Waren und Güter in Scope 3, gefolgt von Emissionen aus dem Fuhrpark, welche in Scope 1 angesiedelt sind. Für das Segment Retail macht zudem der Strom- und Fernwärmeverbrauch für die einzelnen Filialen einen großen Anteil der CO_2-Bilanz aus.

Segment Logistik & Medien



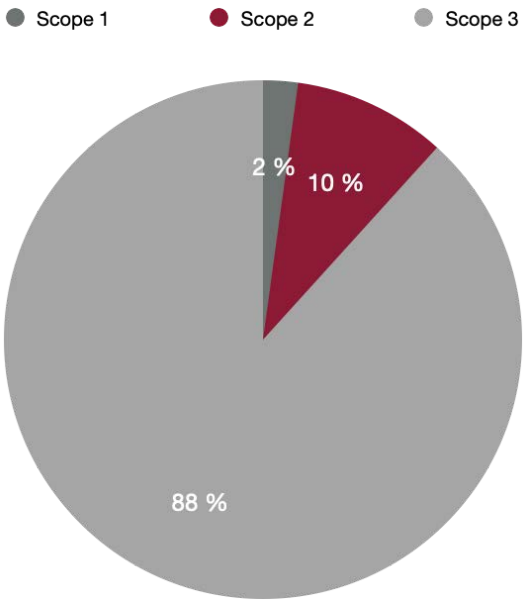
Aufteilung der Scope 1, 2 & 3 Kategorien (in %) für das Segment Logistik & Medien im Jahr 2022

Im Vergleich zu den Segmenten Retail sowie Industrie & Dienstleistungen fällt ein höherer Emissionsbetrag in der Scope-1-Kategorie an, dies ist auf den großen Fuhrpark für Logistik- und Medienunternehmen zurückzuführen. Dies geht zugleich mit einem geringeren Stromverbrauch (Scope 2) einher, da im Vergleich zu den anderen Segmenten der Fuhrpark einen größeren Anteil ausmacht. Ähnlich zu den anderen Segmenten fällt der größte Teil der Emissionen mit 79 % in die Scope-3-Kategorie. Allgemein lässt sich sagen, dass aufgrund der hohen Menge an eingekauften Waren und Gütern für Handelsunternehmen die Scope-3-Emissionen die größte CO_2-Quelle darstellt.



Gesamte CO_2-Emissionen (in t CO_2e) nach Kategorien für das Segment Logistik & Medien im Jahr 2022

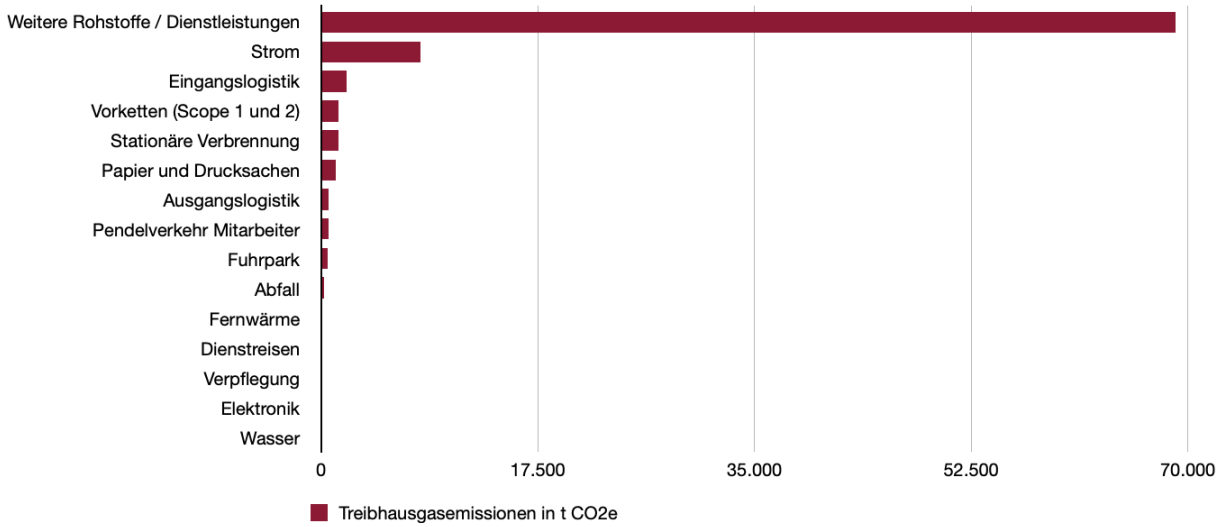
Segment Retail



Aufteilung der Scope 1, 2 & 3 Kategorien (in %) für das Segment Retail im Jahr 2022

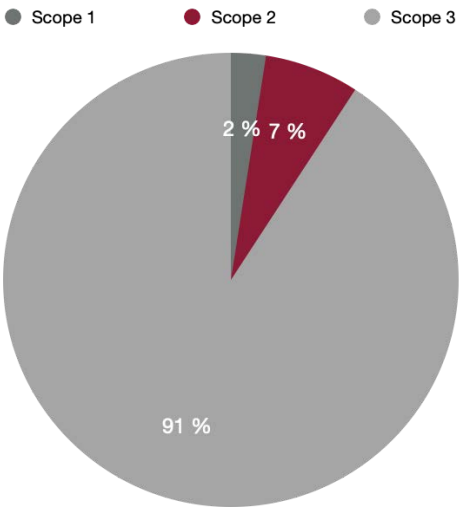
Mit rund 88 % spielen auch für das Segment Retail die Scope-3-Emissionen die größte Rolle in der CO_2-Bilanz. Der große Anteil an Handelswaren setzt sich aus den zugekauften Gütern wie Textilien für die Adler Modemärkte GmbH sowie Bücher für die BuchPartner GmbH zusammen. Zudem ist der Versand eine hohe Emissionsquelle für Scope 3, da Güter zwischen mehreren Instanzen innerhalb der Eingangs- und Ausgangslogistik verschickt werden, bevor sie an den Filialen und letztendlich bei den Endkunden ankommen (Zwischenhändler, Lager,

Direktversand Filialen, Endkunde). Scope 2 bildet mit 10 % die 2. Position in der Bilanz, hier ist der Strom- und Fernwärmeverbrauch für die Filialen die höchsten Emissionsquellen.



Gesamte CO_2-Emissionen (in t CO_2e) nach Kategorien für das Segment Retail im Jahr 2022

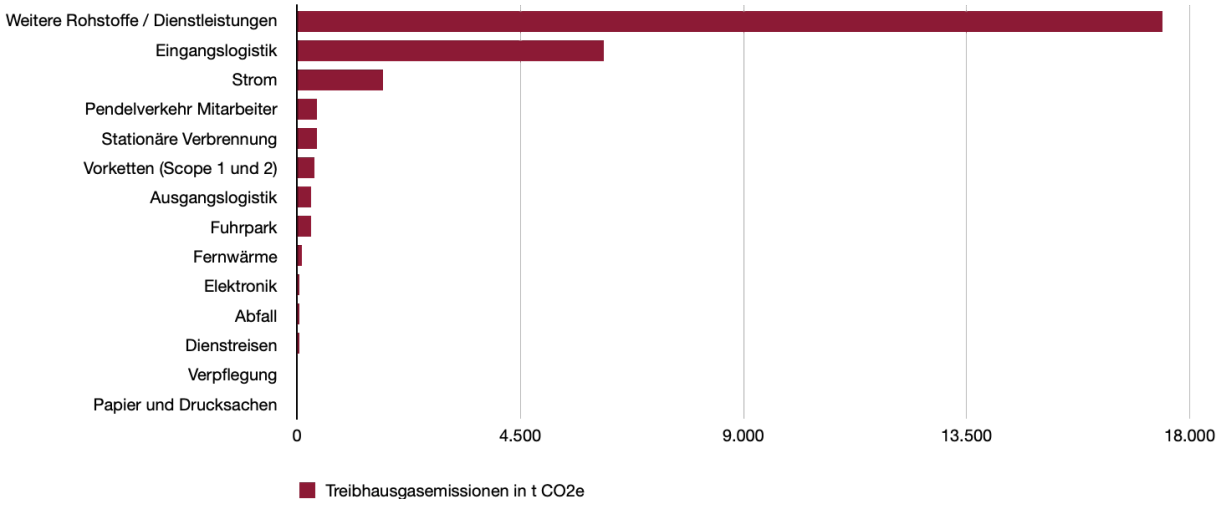
Segment Industrie & Dienstleistungen



Aufteilung der Scope 1, 2 & 3 Kategorien (in %) für das Segment Industrie und Dienstleistungen im Jahr 2022

Der hohe Anteil an Stahlprodukten von Sauter Feinmechanik GmbH stellt einer der größten Posten innerhalb der Scope-3-Kategorien dar. Stahl ist ein schweres Material, somit entstehen vor allem beim Transport (Eingangs- und Ausgangslogistik) CO_2-Emissionen. Für die HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH setzen sich die Scope-3-Emissionen ähnlich wie bei Retail und Logistik & Medien aus den zugekauften Waren und Gütern zusammen.

Ansonsten sind der Verbrauch von Strom- und Fernwärme (Scope 2) für die Büros und die Produktion (z.B. Sauter Feinmechanik GmbH), die Beleuchtung und der Betrieb von Maschinen die Haupttreiber von CO_2.



Gesamte CO_2-Emissionen (in t CO_2e) nach Kategorien für das Segment Industrie und Dienstleistungen im Jahr 2022

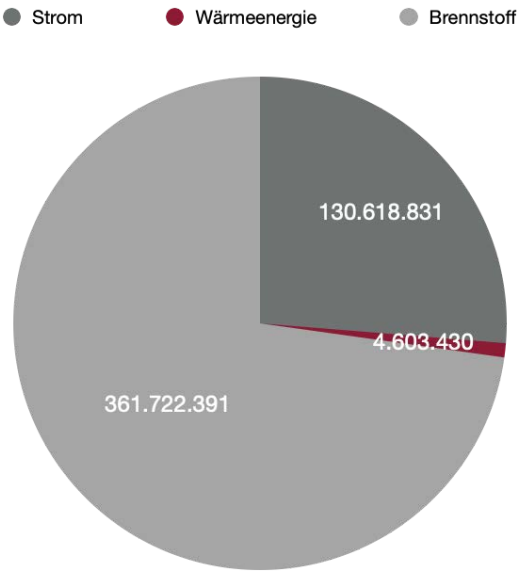
Betrieblicher Klimaschutz

3-2, 302-1, 302-3 302-4

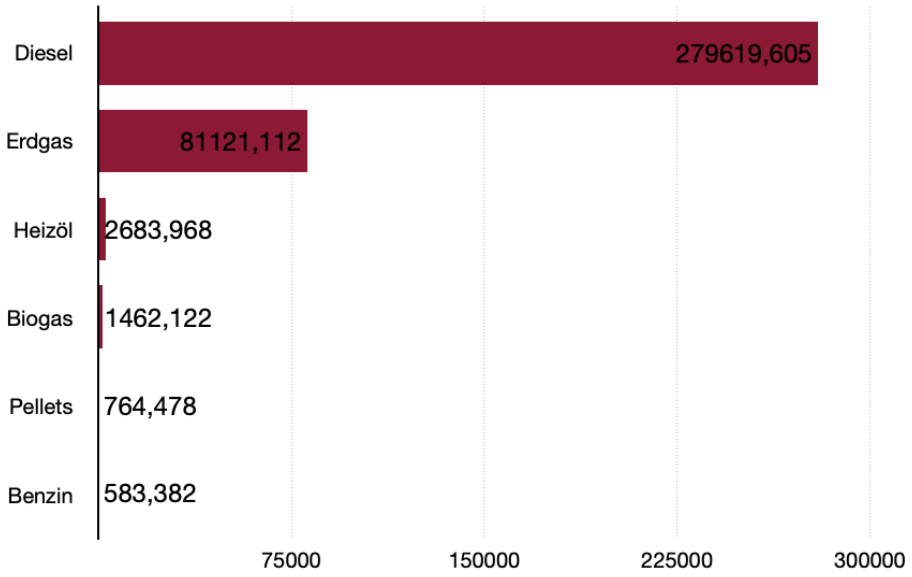
Die steigenden Energiepreise belasten die deutschen Unternehmen in einem ungeahnten Maße. Die KOLIBRI Gruppe hat mit den Nachhaltigkeitsbeauftragten der Gruppenunternehmen über 200 Maßnahmen identifiziert, um dem Preisanstieg zu begegnen. Beispielsweise wurden Beleuchtungen den Arbeitszeiten angepasst, Geräte bei Nichtbetrieb abgeschaltet oder moderne und stromsparende Leuchtmittel installiert. Mit dem Maßnahmenplan konnte ein Ergebnisbeitrag von rund 900.000 Euro für das Jahr 2022 realisiert werden.



Die Einsparungen ergeben sich einerseits aus zahlreichen Energiesparmaßnahmen, über die nachfolgend berichtet wird, und andererseits aus Standortverschiebungen und -auflösungen, die sich aus strategischen Firmenzukäufen ergeben.

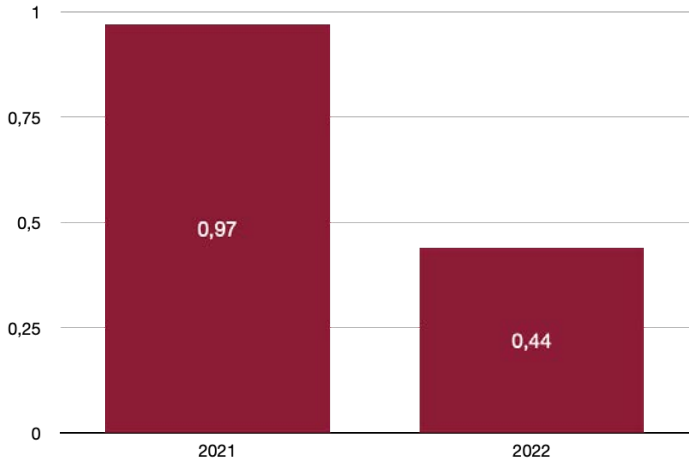


Gesamtenergieverbrauch (in MJ) für die KOLIBRI Gruppe im Jahr 2022



Gesamter Brennstoffverbrauch innerhalb der KOLIBRI Gruppe (in Megajoule) für das Jahr 2022

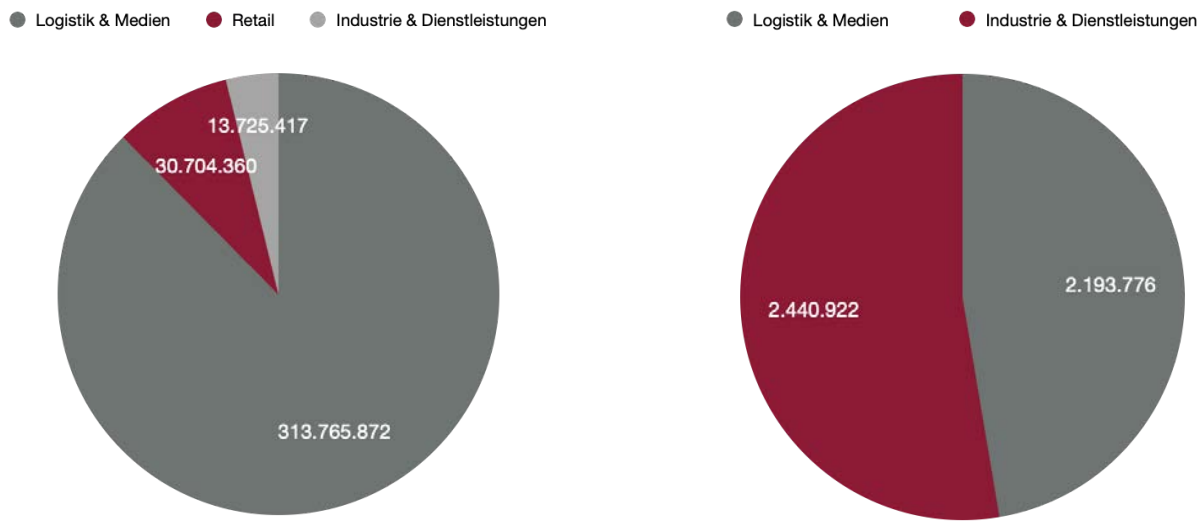
Im Berichtsjahr 2022 hat die KOLIBRI Gruppe insgesamt 361 Terajoule an Brennstoff verbraucht. Dabei machen 76 % des Brennstoffverbrauches den Verbrauch von Dieselkraftstoff aus. 22 % des Verbrauches fallen in die Kategorie Erdgas. Weniger als 1 % machen die Kategorien Heizöl, Biogas, Pellets und Benzin aus. Außerdem sind 130 Terajoule Strom und 4 Terajoule Wärmeenergie angefallen.



Energieintensität nach Umsatz (in MJ/€) für die KOLIBRI Gruppe in den Jahren 2021 und 2022
Die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA ist im Jahr 2021 nicht berücksichtigt.

Zahlreiche umgesetzte Energiesparmaßnahmen haben dazu beigetragen, unsere Energieintensität nach Umsatz mehr als zu halbieren. So fielen im Berichtsjahr 2022 nur 0,44 Megajoule Energie pro Euro Umsatz an.

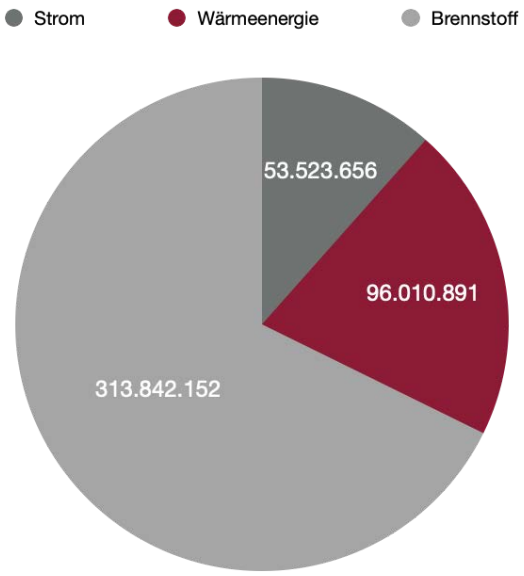
Segment-Ebene



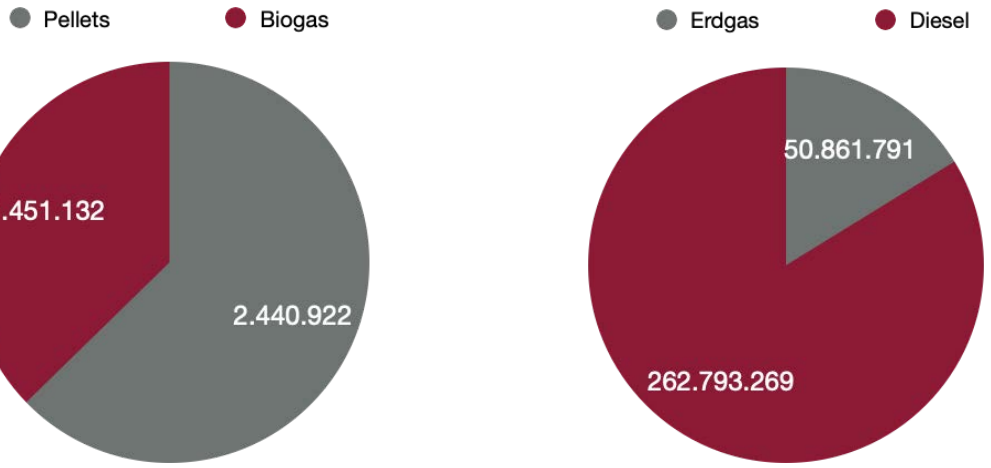
Gesamtverbrauch an nicht erneuerbaren (links) und erneuerbaren Brennstoff (rechts, in Megajoule) für jedes Segment im Jahr 2022

Mit über 350 Terajoule an Energie ist das Segment Logistik & Medien mit Abstand der energieintensivste Bereich. Knapp 100 Terajoule fallen im Einzelhandel an, gefolgt von 30 Terajoule im Industrie- und Dienstleistungssektor.

Segment Logistik & Medien

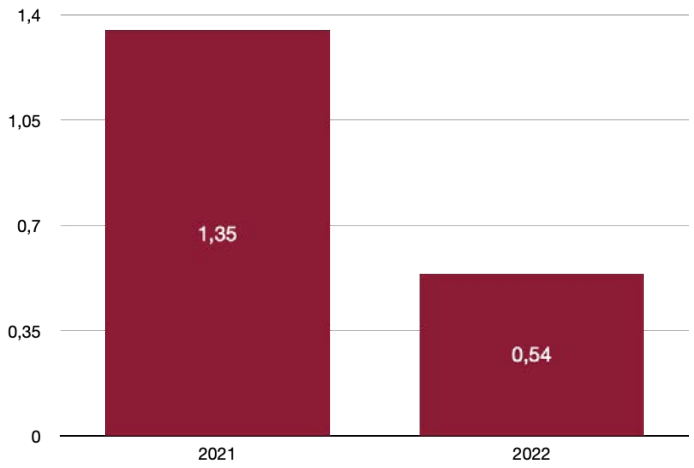


Gesamtenergieverbrauch (in MJ) für das Segment Logistik & Medien im Jahr 2022



Brennstoffverbrauch aus erneuerbaren (links) und nicht erneuerbaren Energiequellen (rechts, beides in MJ) für das Segment Logistik & Medien im Jahr 2022

Insgesamt fielen 84 % des gesamten Brennstoffverbrauchs aus nicht erneuerbaren Energiequellen im Segment Logistik & Medien auf Diesel, der Rest verteilt sich auf Erdgas und marginale Verbräuche von Heizöl und Benzin (645.312 und 876.928 MJ). Die erneuerbaren Energieverbräuche bestehen aus Pellets (63 %) und Biogas (37 %). Im Vergleich zum Vorjahr 2021 ergibt sich eine Brennstoffeinsparung von 377 Terajoule, was einer Einsparung von 54 % gleichkommt.



Energieintensität nach Umsatz (in MJ/€) für das Segment Logistik & Medien in den Jahren 2021 und 2022

Die Energieintensität nach Umsatz im Segment Medien & Logistik konnte im Berichtsjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr um das 2,5-fache verringert werden. So fielen im Berichtsjahr 2022 nur 0,54 Megajoule Energie pro Euro Umsatz an.

Energieeffizienz am Logistikstandort Erfurt



An unserem größten Logistikstandort in Erfurt verfolgen wir ein energiesparendes Konzept. Erfurt ist unser Musterstandort, nach dessen Beispiel wir zukünftig alle Logistikstandorte der KOLIBRI Gruppe ausrichten. Schon im Jahr 2021 wurde die gesamte Hallenfläche von 175.000 m² sowie die Außenbeleuchtung auf LED-Beleuchtung umgestellt. Die Wärmeerzeugung wird über zwei Blockheizkraftwerke (BHKW) vorgenommen. Die Kälteerzeugung erfolgt mit einem erheblich reduzierten Energieeinsatz durch den Einsatz von Freikühlern.

Unsere Maßnahmen:

Die Logistik-Gruppe konnte erfolgreiche Energiesparmaßnahmen implementieren. Dazu zählen die Abschaltung von Deckenstrahlplatten und Deckenluftheizern sowie die Reduzierung von Vorlauf- und Lagerhallentemperaturen in Arnstadt und Erfurt. Um weitere Einsparungen des Energieverbrauchs zu erzielen, wurden zudem Warmhalteöfen, Gefrierschränke und hohe Energievernichter minimiert. Im Hinblick auf betriebliche Abläufe hat die Zeitfracht Medien GmbH die Waschumläufe der Kunststoffwannen deutlich reduziert. Gleichzeitig wurden Mitarbeitende intensiv für das Thema Energieeffizienz sensibilisiert, um so ein Bewusstsein für den sparsamen Umgang mit Ressourcen zu schaffen. Auch in den Büros konnten wir Energieeinsparungen durch das Abschalten von Kühlkreisläufen und durch

das Verringern der Nachleuchtzeit in WCs, Fluren und anderen Bereichen erfolgreich realisieren. Weiterhin wurde an unseren Logistikstandorten die nicht-betriebsnotwendige Außenbeleuchtung abgeschaltet. Die Automatisierung der Gassenbeleuchtung der Standorte Arnstadt und Erfurt führten zu einem Einsparpotenzial von 200.000 €. Es wird streng darauf geachtet, die Beleuchtung in Büroräumen, sofern genügend Tageslicht vorhanden ist, auszuschalten. Letztlich zählt auch die Reduzierung der Raumtemperatur um 2 °C zu den Maßnahmen des betrieblichen Klimaschutzes.

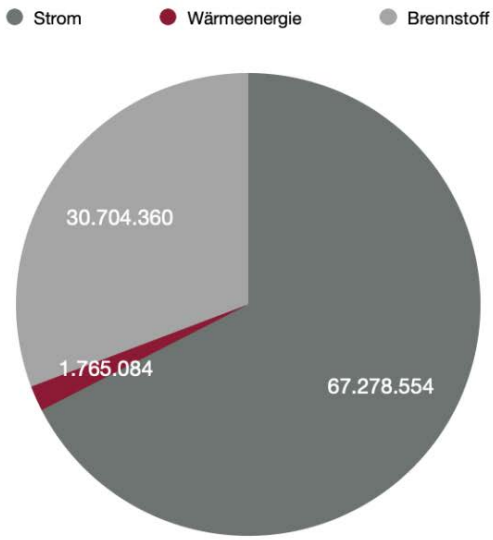
Die Bemühungen der Logistik-Gruppe beschränken sich nicht nur auf die technischen Aspekte. Dementsprechend wurde die Car Policy (siehe Thema Klimafreundliche Mobilität) überarbeitet und eine Tank-App eingeführt, um den Kraftstoffverbrauch effizienter zu verwalten. Dienstreisen wurden mit Hilfe des Einsatzes alternativer Kommunikationsmittel in der Logistik-Gruppe seit März 2020 auf ein Mindestmaß beschränkt. In Heeslingen allein führte das im Juli 2022 eingeführte Tempolimit für Dienstfahrzeuge und die Bemühungen, günstig zu tanken, zu einem geschätzten Einsparungspotenzial von etwa 8.000 €.

Schließlich wurden auch interne Verfahren und Prozesse umgestaltet und vereinfacht, um Energieeffizienz in allen Geschäftsbereichen zu fördern.

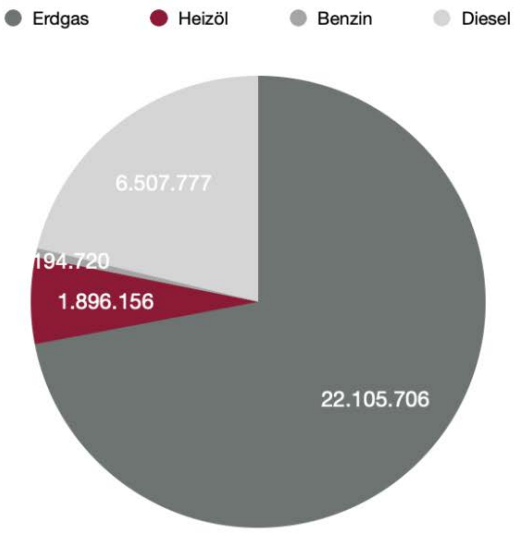
Damit ergibt sich im Segment Medien & Logistik eine Gesamtenergieeinsparung von 470 Terajoule, was im Vergleich zum Vorjahr 2021 einer Einsparung von 56 % gleichkommt. Es ergibt sich außerdem ein Strommehraufwand von 0,9 Terajoule (+2 %) im Vergleich zum Vorjahr 2021.

Der Mehrverbrauch an Strom geht mit 25 % auf die Zeitfracht Logistik GmbH zurück, in der es im Berichtsjahr zu Standortverschiebungen und -auflösungen kam, darunter der Umzug von Berlin nach Kleinmachnow, bei dem es über einen kurzen Zeitraum zu Doppelzählungen kam. Zu 75 % geht der erhöhte Stromverbrauch auf die Zeitfracht Medien GmbH zurück, die im August 2022 die Hofmann Druck GmbH in Nürnberg übernahm, was mit einer Stromerhöhung einhergeht. Auch in Heeslingen verzeichnen wir 2022 einen höheren Energieverbrauch, was sich auf den deutlich gestiegenen Umsatz und den damit verbundenen höheren Einsatzzeiten des Lagers und der Verwaltung zurückführen lässt. Zusätzlich waren viele Angestellte 2021 noch in Kurzarbeit, weshalb Werte aus 2021 und 2022 nur bedingt vergleichbar sind.

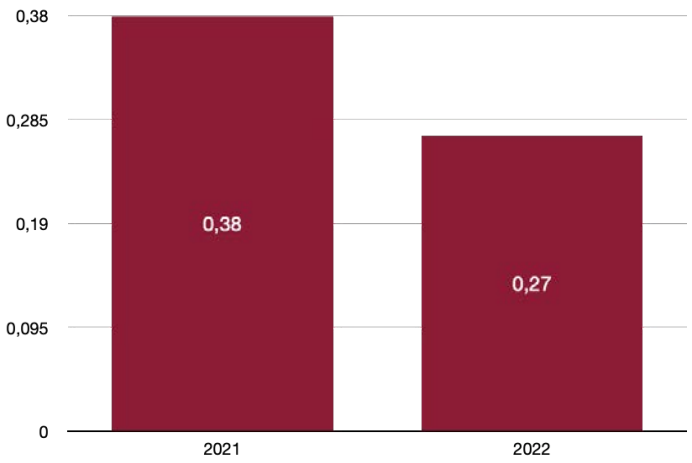
Segment Retail



Gesamtenergieverbrauch (in MJ) für das Segment Retail im Jahr 2022



Brennstoffverbrauch aus nicht erneuerbaren Energiequellen (in MJ) für das Segment Retail im Jahr 2022



Energieintensität nach Umsatz (in MJ/€) für das Segment Retail in den Jahren 2021 und 2022

Die Energieintensität nach Umsatz im Segment Retail konnte im Berichtsjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr um das 1,4-fache verringert werden. So fielen im Berichtsjahr 2022 nur 0,27 Megajoule Energie pro Euro Umsatz an.

Unsere Maßnahmen:

Im Jahr 2020 entstanden erhebliche Einsparungen im Energieverbrauch in Höhe von 152 Terajoule im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019, welches durch einige Filialschließungen

bei den Adler Modemärkten gekennzeichnet war. Es wurden gezielt Maßnahmen implementiert, um auch die langfristige und nachhaltige Verbesserung der Energieeffizienz voranzutreiben.

Zu den Maßnahmen der Adler Modemärkte GmbH zählen die Reduzierung der Laufzeiten von Kälteanlagen und der Vorlauftemperatur von Heizungen, die zur Minderung des Energieverbrauchs sowohl in den Sommer- als auch in den Wintermonaten beitragen. Die Beleuchtungszeiten in den Filialen sowie die Außenbeleuchtung wurden reduziert. Die Beleuchtung von Werbetafeln wurde im Rahmen der staatlichen Energiesparmaßnahmen den gesetzlichen Beleuchtungszeiten angepasst.

Die Adler Modemärkte GmbH hat im Vergleich zum Vorjahr 2021 eine Reduzierung des Energieverbrauchs um 37 Terajoule erzielen können.

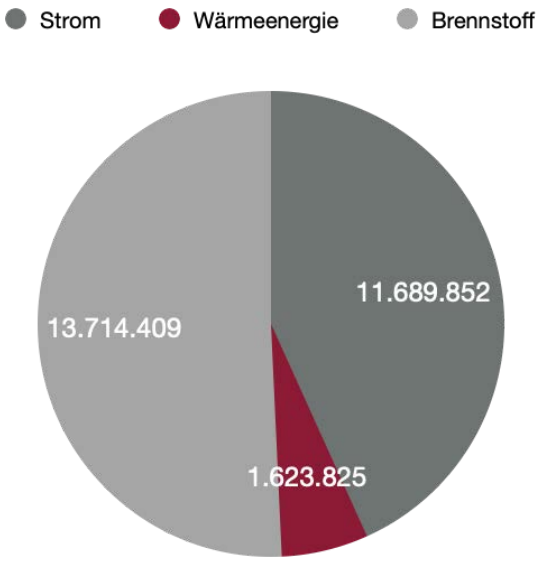
Wesentliche Maßnahmen der BuchPartner GmbH betreffen die IT-Infrastruktur, bei der zahlreiche Anpassungen vorgenommen wurden. Dazu zählen die Anpassung der Temperatur in den Serverräumen, der Austausch aller Desktop-PCs durch energieeffizientere Laptops in der Verwaltung und der Abbau der Tischtelefone zugunsten der Telefonie über den Laptop mittels Xelion. Des Weiteren wurden Energiesparpläne auf allen Geräten implementiert und die Server-Infrastruktur optimal eingestellt. Die Beleuchtung der Tiefgarage wurde ebenfalls optimiert und auf eine Betriebszeit von 6 bis 9 Uhr beschränkt. Auch die Ladezeiten der Gabelstapler wurden vereinheitlicht und erfolgen nun nur noch nachts zu günstigen Tarifen.

Die BuchPartner GmbH hat 2022 eine Energieeinsparung in Höhe von 0,25 Terajoule im Vergleich zum Vorjahr erzielt.

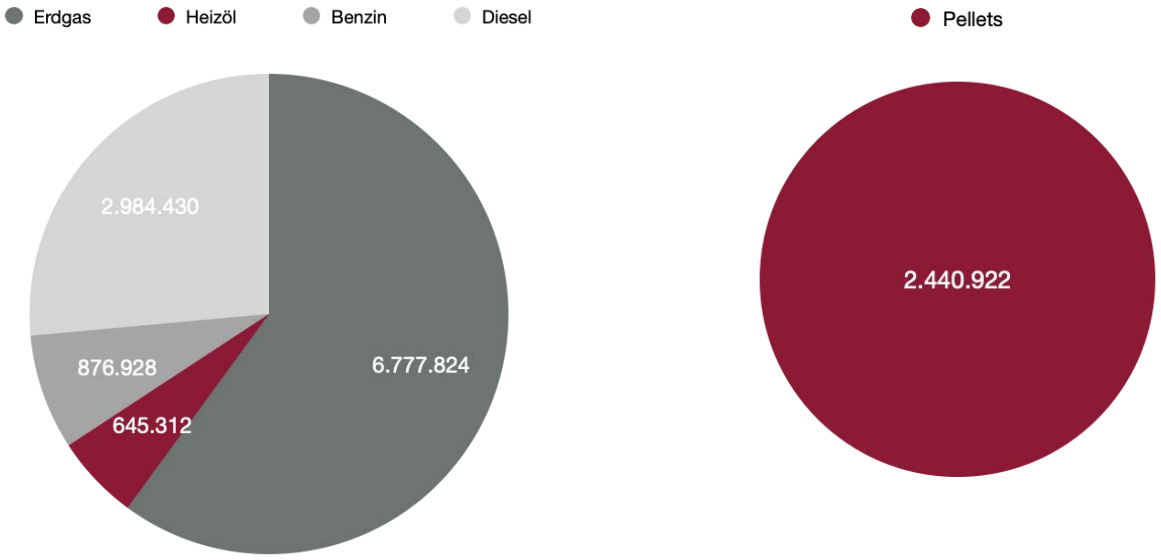
Im gesamten Einzelhandelsbereich wurden Dienstreisen auf ein notwendiges Minimum reduziert. Heizzeiten wurden in der Mehrzahl aller Gebäude angepasst. Dies beinhaltet die Reduzierung von Warmwasser-Aufbereitungszeiten und die Umrüstung eines Teils der Beleuchtung im Gebäude auf energieeffiziente LED-Technik.

Das Segment Retail hat im Vergleich zum Vorjahr 2021 29 % Energie eingespart, was eine Einsparung des gesamten Brennstoffes von 27 % und eine Stromeinsparung von 27 % im Vergleich zum Vorjahr beinhaltet.

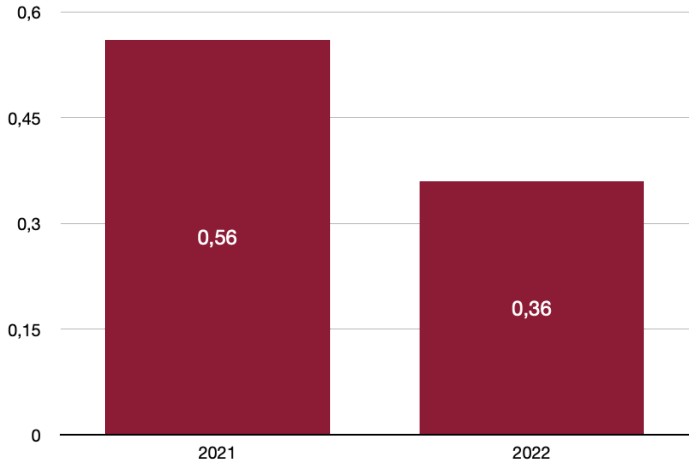
Segment Industrie und Dienstleistungen



Gesamtenergieverbrauch (in MJ) für das Segment Industrie & Dienstleistungen im Jahr 2022



Brennstoffverbrauch aus nicht erneuerbaren (links) und erneuerbaren Energiequellen (rechts, beides in MJ) für das Segment Industrie & Dienstleistungen im Jahr 2022



Energieintensität nach Umsatz (in MJ/€) für das Segment Industrie und Dienstleistungen in den Jahren 2021 und 2022

Die Energieintensität nach Umsatz im Segment Industrie & Dienstleistungen konnte im Berichtsjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls um das 1,4-fache verringert werden. So fielen im Berichtsjahr 2022 nur 0,36 Megajoule Energie pro Euro Umsatz an.

Unsere Maßnahmen:

Im Jahr 2022 hat die HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH im Vergleich zum Vorjahr etwa 500.788 Megajoule an Energie eingespart. Diese Einsparung ergibt sich vor allem durch die weniger verbrauchte Menge an Brennstoffen. Durch das Einführen einer 4-Tage-Woche konnten Routen bei der Auftragsbearbeitung im Kundendienst optimiert und somit laut Abrechnung monatlich Kraftstoff in Höhe von 15.000 € eingespart werden. Auch der Appell an Mitarbeitende, nur äußerst notwendige Dienstfahrten durchzuführen, trug zu dieser Einsparung bei.

Eine Verminderung des Stromverbrauchs konnte noch nicht in Kennzahlen nachgewiesen werden, dennoch wurden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um den steigenden Energiepreisen entgegenzuwirken.

Dazu zählen im Hinblick auf Gebäude die Umrüstung auf elektronische Raumthermostate mit Begrenzung, der Austausch aller Leuchtmittel im Büro und Lager auf LED sowie der Austausch aller Altgeräte (Stromfresser). Zudem wurden alle Waschtischarmaturen gegen Selbstschluss-Armaturen zur Wassereinsparung ausgetauscht und auch hier alle Mitarbeitende dafür sensibilisiert, schonend mit Ressourcen umzugehen.

Am Standort Metzingen konnte die Sauter Feinmechanik GmbH Energieeinsparung durch unterschiedlichste Maßnahmen erreichen. Durch das Absenken der Temperaturen, das Vernetzen der Fernsteuerung mit der Lüftung und das Reduzieren von Laufzeiten durch

Anpassung an die Fertigungszeiten wurden die Lüftungsanlagen in mehreren Schritten optimiert.

Auch im Hinblick auf den Kompressor wurden weitreichende Verbesserungsmaßnahmen ergriffen. Zur Steigerung der Effizienz arbeiten unsere Maschinen nun im Master-Slave-Modus. Das heißt: Eine der zwei Anlagen erfasst den aktuellen Druckluftbedarf und steuert das Zu- und Abschalten beider Kompressoren. Außerdem läuft der Kompressor aufgrund der Druckerfassung in der Halle nur bei Bedarf an. Bei der Auswahl der druckluftbetriebenen Geräte wurde auf geringen Luftbedarf umgestellt und die Abwärme der Kompressoren wird nun für die Warmwasseraufbereitung genutzt. Weiterhin wurde eine umfangreiche Leckageortung und -reduzierung durchgeführt. Leckagestellen im Druckluftgesamtsystem, sprich in der Verteilerleitung oder an den diversen Anschlussstellen zum Verbraucher, bedeuten einen hohen Kostenfaktor. Der durch die Leckstellen größer werdende Volumenstrombedarf führt zu höherem Energieverbrauch bei der Drucklufterzeugung. Diesen konnten wir erfolgreich minimieren.

Weitere Maßnahmen betreffen die Heizanlage, die durch die Minderung von Kessel-Laufzeiten, der Reduktion der Temperatur sowie durch handgeführte Regelung, abhängig von der Witterung, optimiert wurde. Außerdem spart die Sauter Feinmechanik GmbH Energie bei der Beleuchtung durch das Reduzieren und Automatisieren der Leuchtdauer. Aus Investitionsgründen wurde allerdings noch kein Umbau auf LED eingeleitet. Bei der Anschaffung neuer Anlagen wurde auf Energieeffizienz geachtet, wobei neue Maschinen oft einen höheren Anschlusswert haben. Hier spielt auch die Wärmerückgewinnung und Energierückspeisung eine Rolle. Zudem wurden IT-Endgeräte reduziert und auch hier wird bei der Neubeschaffung auf Energieeffizienz geachtet. Letztlich wurden Flurförderfahrzeuge gegen energieeffizientere Modelle ausgetauscht, die Energie rückeinspeisen.

Für die Sauter Feinmechanik GmbH ergibt sich eine Gesamtenergieeinsparung von 1,3 Terajoule.

Für die Coconad GmbH ergibt sich eine Energieeinsparung von 42 Prozent zum Vorjahr 2021. Diese konnten vor allem durch enorme Diesel- und Benzineinsparungen erreicht werden. Die Daten der Energieverbräuche der Coconad GmbH sind vor allem durch Standortwechsel und -zuwachs gekennzeichnet. Neben diesen Einflüssen gab es bei der Coconad GmbH einige Maßnahmen zum weiteren Energiesparen, die vor allem die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für einen ressourcenschonenden Umgang mit Energie betreffen. Dies wird regelmäßig durch Aufrufe und Plakate unterstützt, die eine effiziente Beleuchtungsnutzung, den sparsamen Einsatz von Heizung und Klimaanlagen, die effiziente Nutzung von elektronischen Geräten sowie Wassereinsparungen betonen.

Für das gesamte Segment der Industrie und Dienstleistungen ergibt sich im Vergleich zum Vorjahr 2021 eine Gesamtenergieeinsparung von 5 Terajoule (16 %), was eine Brennstoffeinsparung von 26 % und eine Stromeinsparung von 3,5 % beinhaltet.

Klimafreundliche Mobilität

3-2, 302-1

Mobilität hat einen hohen Stellenwert in unserer Gesellschaft. Eine gut ausgebaute Infrastruktur sowie flexible, verlässliche und zunehmend miteinander verknüpfte Verkehrssysteme sind auch wichtige Voraussetzungen für das funktionierende Geschäft unserer Logistikunternehmen.

Auswirkungen:

Der heutige Verkehr ist zu circa 95 % abhängig von fossilen Brennstoffen. Folge sind unter anderem Beeinträchtigungen der Umwelt sowie der Gesundheit und der Lebensqualität der Menschen durch Luftverschmutzung und Klimaveränderung. So gehen in Deutschland rund 20 % der direkten CO_2-Emissionen auf das Konto des Verkehrs, circa 95 % davon werden im Straßenverkehr erzeugt. Uns ist es ein Bedürfnis, eine nachhaltigere Verkehrspolitik zu unterstützen und wachsende Mobilitätsbedürfnisse mit Umwelt- und Gesundheitsanforderungen deutlich besser miteinander zu vereinbaren.

Die Beachtung bzw. Nichtbeachtung des Themas klimafreundliche Mobilität in unserer Nachhaltigkeitsstrategie geht für unsere Unternehmen mit einigen potenziellen Risiken und Chancen einher:

Risiken

- Hohe Investitionskosten beim Übergang zu klimafreundlichen Verkehrsmitteln und Infrastrukturen
- Technologische Unsicherheiten im Bereich der klimafreundlichen Mobilität: Begrenzte Reichweite bei Langstrecken
- Steigende Nachfrage klimafreundlicher Mobilitätslösungen

Chancen

- Reduzierung der CO_2 - Emissionen
- Wettbewerbsvorteile
- Profilierungschancen bei Investor: innen
- Günstigere Finanzierungskonditionen für nachhaltige Unternehmen
- Größeres Kunden- und Lieferantenspektrum durch nachhaltige Wertschöpfungskette

Ziele auf Gruppenebene:

Wir setzen uns das Ziel, 20 % des Fuhrparks der unternehmenseigenen Verkehrsinfrastruktur bis 2035 klimafreundlich umzustellen. Handlungsoptionen sind dabei die Modernisierung der Fahrzeugflotten hin zu umweltfreundlichen und wirtschaftlichen Sattelzügen und Wechselbrückenfahrzeugen, Prüfung alternativer Treibstoffe, insbesondere Wasserstoff, als auch die Umstellung auf E-Mobilität. Wir sind angehalten, mit Politik und Forschung zu kooperieren, sind aber fundamental abhängig vom Fortschritt und der Innovation nachhaltiger Logistik. Ein weiteres Ziel ist die schrittweise Prozessoptimierung unserer Transportlogistik: Bis 2030 möchten wir eine Lkw-Auslastungseffizienz von konstanten 85 % erreichen. Zu diesem Zweck wollen wir strategisch auch mit Lieferant:innen und Partner:innen in den Austausch gehen.

Unsere Maßnahmen:

Klimafreundliche Mobilität ist für die gesamte KOLIBRI Gruppe von größter Bedeutung. Daher haben wir Maßnahmen erarbeitet, die in allen Segmenten in ähnlicher Form umgesetzt werden sollen und die derzeit auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden.

Teile des gruppenweiten Fuhrparks, insbesondere Dienstwagen, sollen systematisch gegen Modelle mit umweltfreundlichen Antrieben (Elektromobilität) ausgetauscht werden. Dafür sollen auch Ladesäulen an den Betriebsstandorten bereitgestellt werden. Derzeit wird geprüft, wie wir unseren Mitarbeitenden umweltfreundliche Transportalternativen wie das Jobrad zur Verfügung stellen können. Dementsprechend werden auch Ladesäulen für E-Bikes an den Betriebsstandorten in Betracht gezogen.

In Zukunft plant die BuchPartner GmbH eine dynamische Tourenplanungssoftware zu implementieren, die eine möglichst effiziente Routenplanung ermöglicht. Außerdem ist eine klimaneutrale Verlagsauslieferung geplant, bei der Händler in Zukunft die Möglichkeit bekommen, sich für eine emissionsneutrale Anlieferung zu entscheiden. Einen ersten transparenten Schritt sind wir 2022 gegangen, indem wir unseren Benzin- und Dieselverbrauch im Rahmen unserer CO_2-Bilanz detailliert erfasst haben.

Im Jahr 2022 hat die KOLIBRI Gruppe die Modernisierung ihrer Lkw-Flotte weiter fortgesetzt. Seit der Übernahme und Integration der Döpke Transportlogistik GmbH (2016), der TLM Transport & Logistik GmbH (2017) und der Spesa-Speditionsgesellschaft mbH (2018) vereinheitlicht die KOLIBRI Gruppe ihre gesamte Lkw-Flotte auf den Mercedes-Benz Actros der sechsten Generation und tauscht alle Fahrzeuge grundsätzlich nach drei Jahren rollierend gegen neue Fahrzeuge aus. Durch die Schulung der Lkw-Fahrer auf nur ein Modell mit identischer Ausstattung konnte der Kraftstoffverbrauch unserer Flotte weiter gesenkt werden. Zugleich gilt der MB Actros als einer der sichersten und sparsamsten Fahrzeuge seiner Klasse. Mit einer ausgefeilten Aerodynamik, den verbrauchreduzierenden

Fahrassistenzprogrammen sowie den kraftstoffreduzierten Nebenverbrauchern beträgt der festgestellte Kraftstoffvorteil gegenüber den Wettbewerbern seiner Klasse durchschnittlich 10,5 Prozent. Nachdem im Jahr 2021 bereits 51 neue Fahrzeuge die gleiche Anzahl an Fahrzeugen ersetzt haben, wurden im Jahr 2022 weitere 84 neue Fahrzeuge gegen ältere Modelle ausgetauscht.



Neben der konsequenten Erneuerung der Lkw-Flotte hat die KOLIBRI Gruppe begonnen, auch den Anhängerfuhrpark zu erneuern. In diesem Jahr wurde eine Bestellung von insgesamt 230 neuen Anhängern und Wechselbrücken aufgegeben. Auch diese Investition wird sich auf den Kraftstoffverbrauch der Flotte erheblich auswirken. Neue, leichtere Materialien, eine höhere Zuladung durch ein Doppelstocksystem und eine verbesserte Aerodynamik werden den Verbrauch um bis zu 2 % im Vergleich zu den auszutauschenden Einheiten führen.

Zudem ist die Zeitfracht Logistik GmbH Anfang letzten Jahres eine Kooperation mit sennder, Europas führender digitaler Spedition, eingegangen. KOLIBRI nutzt für das klassische Speditionsgeschäft künftig die von sennder entwickelten Tools zur Planung und Steuerung von Personal und Flotte. Mit Hilfe des von PTS (Planetary Transport Systems) entwickelten CLAM Systems werden zukünftig Daten innerhalb der Frachtcontainer unserer Lkw-Flotte erfasst. Damit werden zum Beispiel neben der Route des Containers der Beladungsstand, der Zustand der Ladung sowie Be- und Entladevorgänge getrackt. Das System erlaubt sogar einen Kamera-Einblick in den Container. So können die Transportwege und die Auslastung der Frachtcontainer maximal optimiert werden.

Neue Car-Policy – weniger ist mehr

Im 3. Quartal 2022 wurde eine neue Fuhrpark-Richtlinie („KOLIBRI Car Policy“) eingeführt. Diese verankert nun auch bei der Beschaffung unseres Pkw-Fuhrparks das Nachhaltigkeitsprinzip in den Aspekten Ökonomie und Ökologie. Insgesamt sind die Pkw-Klassen für alle Fahrzeugberechtigten um mindestens eine Klasse heruntergestuft worden. Fahrzeuge der oberen Mittelklasse, SUV und Vans werden nicht mehr beschafft. Auf Premium-Marken wird zukünftig verzichtet. Bestellt werden nur noch Pkw mit einem niedrigen CO_2-Emissionswert. Hierzu ist eine Obergrenze für die CO_2-Emission nach WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure) aufgenommen worden. Ebenso ist eine Leistungsobergrenze eingeführt worden. Grundsätzlich werden nur noch Pkw mit dem niedrigsten Kraftstoffverbrauch in die Flotte integriert; eine Bindung an Hersteller und Fabrikate gibt es nicht mehr. Ergänzend hierzu gibt es Fuhrpark-Regeln, die die Mitarbeitenden einhalten sollen. Diese umfassen Tankregeln, um preisgünstiges Tanken zu gewährleisten, eine Liste mit priorisierten Tankstellen sowie „goldene Spritspar-Regeln” für umweltschonendes Fahren.

Personal – Unser Erfolgsfaktor

2-7, 2-8, 2-30

Das Krisenjahr 2022 hat uns erneut bewiesen, dass die Mitarbeitenden der KOLIBRI Gruppe eine unserer wichtigsten Ressourcen sind. Durch ihr außergewöhnliches Engagement haben sie dazu beigetragen, dass wir alle Herausforderungen erfolgreich gemeistert haben. Sie zeichnen sich durch ihren Einsatz, ihre Kompetenz und ihre Leidenschaft für ihre Arbeit aus. Tagtäglich setzen sich unsere Beschäftigten dafür ein, dass unsere Dienstleistungen und unsere Produktion zeitgerecht und zuverlässig ausgeführt werden. Dabei arbeiten die kaufmännischen Kolleg:innen Hand-in-Hand mit denen im operativen Bereich, um gemeinsam die KOLIBRI Gruppe als leistungsfähiges Unternehmen im Wettbewerb zu platzieren.

Die Berücksichtigung des eigenen Personals in der Nachhaltigkeitsstrategie ist für uns daher nicht nur selbstverständlich, sondern auch entscheidend, da eine stabile und zufriedene Belegschaft die treibende Kraft hinter Innovation, Produktivität und Kundenzufriedenheit ist.

Risiken

- Steigende Fluktuation
- Schwierigkeiten bei der Gewinnung von qualifiziertem Personal
- Beeinträchtigung der Qualität von Produkten und Dienstleistungen bei demotivierter Belegschaft
- Abschreckung von Kund:innen, Geschäftspartner:innen und Investor:innen bei schlechtem Umgang mit Personalangelegenheiten
- Arbeitsrechtliche Verstöße oder Diskriminierung am Arbeitsplatz können zu rechtlichen Konsequenzen und finanziellen Strafen führen

Chancen

- Langfristige Angestellten-Beziehungen tragen dazu bei, qualifiziertes Personal zu halten und die Fluktuation zu reduzieren
- Steigerung der Leistungsfähigkeit, Effizienz und Produktivität der Mitarbeiter:innen im Unternehmen
- Erleichterung der Rekrutierung qualifizierter Talente und Stärkung der Wettbewerbsposition des Unternehmens
- Ein offenes und innovatives Arbeitsumfeld kann dazu beitragen, neue Lösungen für ökologische und soziale Herausforderungen zu finden
- Reduzierung rechtlicher Risiken und Konflikte am Arbeitsplatz

Grundsatz:

Die KOLIBRI Gruppe kultiviert eine Firmenkultur, die von Vertrauen und Respekt in den Beziehungen zwischen ihren Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Geschäftspartner:innen geprägt ist. Die Organisation setzt sich dafür ein, eine vielfältige Belegschaft zu fördern und sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter:innen, unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, Herkunft, sexueller Identität oder Behinderung, diskriminierungsfreie Arbeitsplätze erhalten, die gleiche Chancen für alle bieten.

Handlungsfelder:

Um eine zukunftsweisende Personalpolitik zu gewährleisten, ist ein starker Zusammenhalt aller Mitarbeitenden wesentlich. Dies beinhaltet Aspekte wie faire Vergütung, erweiterte betriebliche Zusatzleistungen über den Tarif hinaus, flexible Arbeitszeitmodelle zur Anpassung an individuelle Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen sowie maßgeschneiderte Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Die Unternehmensgruppe verfolgt hierbei eine Personalmanagementstrategie, die auf mitarbeiterorientierten Arbeitskonzepten, sicheren Arbeitsbedingungen, individuellen Weiterbildungsmöglichkeiten und der Wertschätzung jedes Einzelnen basiert.

Der Schwerpunkt Soziales ist eine der vier zentralen Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie der KOLIBRI Gruppe. Innerhalb dieser Säule hat die Unternehmensgruppe fünf Handlungsfelder definiert:

- Mitarbeitervorteile
- Diversität & Chancengleichheit
- Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Soziales Engagement

Angestellte im Überblick

Im Folgenden gliedern wir unsere Angestellten nach Geschlecht, Region, unbefristeten und befristeten Verträgen, Voll- und Teilzeit sowie Tarifverträgen auf. Die Daten beziehen sich auf den Stichtag 31.12.2022. Zunächst stellen wir die konsolidierten Zahlen für die in diesem Bericht berücksichtigten Unternehmen der KOLIBRI Gruppe vor. Anschließend gibt es einen Überblick über die einzelnen Segmente der Gruppe.

KOLIBRI Gruppe - Angestellte nach Geschlecht			
	Weiblich	Männlich	Gesamt
Angestellte	3620	2082	5702
Unbefristete Angestellte	3310	1879	5189
Befristete Angestellte	311	202	513
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	421	65	486
Angestellte in Vollzeit	1397	1823	3220
Angestellte in Teilzeit	1795	201	1996

In der Tabelle sind nur die Gesellschaften berücksichtigt, die im Kapitel „Über den Bericht" genannt wurden.
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA

(vorm. Zeitfracht GmbH & Co. KGaA)

Die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA hat insgesamt 88 Angestellte. Diese gliedern sich folgendermaßen auf:

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA - Angestellte nach Geschlecht			
	Weiblich	Männlich	Gesamt
Angestellte	50	38	88
Unbefristete Angestellte	49	38	87
Befristete Angestellte	1	0	1
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	1	1	2
Angestellte in Vollzeit	29	31	60
Angestellte in Teilzeit	20	6	26

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA - Angestellte nach Region					
	Kleinmachnow	Haibach	Leipzig	Köln	Gesamt
Angestellte	31	49	6	2	88
Unbefristete Angestellte	31	48	6	2	87
Befristete Angestellte	0	1	0	0	1
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	0	1	1	0	2
Angestellte in Vollzeit	29	25	5	1	60
Angestellte in Teilzeit	2	23	0	1	26

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Medien & Logistik

Die Zeitfracht Medien GmbH hat insgesamt 1869 Angestellte (davon 1565 Angestellte in der Sparte Medien & Logistik, 196 Angestellte im Elektronik-Bereich und 108 Angestellte im Bereich Druck). Die Zeitfracht Logistik GmbH hat insgesamt 329 Angestellte. Diese gliedern sich folgendermaßen auf:

Segment Medien & Logistik - Angestellte nach Geschlecht			
	Weiblich	Männlich	Gesamt
Angestellte	908	1290	2198
Unbefristete Angestellte	868	1224	2092
Befristete Angestellte	40	66	106
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	33	33	66
Angestellte in Vollzeit	685	1196	1881
Angestellte in Teilzeit	183	68	251

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Medien & Logistik - Angestellte nach Region									
	Berlin	Erfurt	Hannover	Heeslingen	Münster	Nürnberg	Raunheim	Stuttgart	Gesamt
Angestellte	125	1213	127	196	29	108	21	379	2198
Unbefristete Angestellte	124	1136	127	179	29	108	21	368	2092
Befristete Angestellte	1	77	0	17	0	0	0	11	106
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	0	19	0	34	0	4	0	9	66
Angestellte in Vollzeit	121	1075	111	136	29	103	21	285	1881
Angestellte in Teilzeit	4	117	16	26	0	1	0	87	251

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Retail

Die Adler Modemärkte GmbH zählt insgesamt 2339 Angestellte. Die BuchPartner GmbH inkl. der Kolibri Services GmbH hat insgesamt 614 Angestellte, wovon 209 dem Standort Darmstadt zugeordnet werden. Die 405 Mitarbeiter:innen der Kolibri Services GmbH arbeiten flexibel jeweils an unterschiedlichen Standorten der Zielmärkte und können daher nicht regional zugeordnet werden. Die Angestellten im Segment Retail gliedern sich folgendermaßen auf:

Segment Retail - Angestellte nach Geschlecht			
	Weiblich	Männlich	Gesamt
Angestellte	2542	411	2953
Unbefristete Angestellte	2293	334	2627
Befristete Angestellte	249	77	326
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	381	25	406

Angestellte in Vollzeit	611	288	899
Angestellte in Teilzeit	1550	98	1648

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Im Segment Retail lassen sich lediglich die Angestellten der Adler Modekette regional zuordnen. Die Aufteilung der Angestellten nach Ländern ist nachfolgend dargestellt:

Adler Modemärkte GmbH - Angestellte nach Region					
	Deutschland	Österreich	Luxemburg	Schweiz	Gesamt
Angestellte	1862	400	63	14	2339
Unbefristete Angestellte	1579	400	63	14	2056
Befristete Angestellte	283	0	0	0	283
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	364	32	0	0	396
Angestellte in Vollzeit	580	86	43	8	717
Angestellte in Teilzeit	918	282	20	6	1226

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Industrie & Dienstleistungen

Im Bereich Industrie & Dienstleistungen der KOLIBRI Gruppe arbeiten insgesamt 463 Angestellte, wovon 294 Angestellte für die Sauter Feinmechanik GmbH am Standort Metzingen, 78 Angestellte für die HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH, angesiedelt in Potsdam, und 91 Angestellte für die Coconad GmbH arbeiten. Die Angestellten der Coconad GmbH teilen sich auf insgesamt 7 verschiedene Standorte in Deutschland auf.

Die Angestellten im Bereich Industrie & Dienstleistungen gliedern sich folgendermaßen auf:

Segment Industrie & Dienstleistungen - Angestellte nach Geschlecht			
	Weiblich	Männlich	Gesamt
Angestellte	120	343	463
Unbefristete Angestellte	100	283	383
Befristete Angestellte	21	59	80
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	6	6	12
Angestellte in Vollzeit	72	308	380
Angestellte in Teilzeit	42	29	71

Bei Sauter und der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH gibt es einen Überhang an männlichen Angestellten, der allerdings der branchentypischen Geschlechterverteilung entspricht.
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

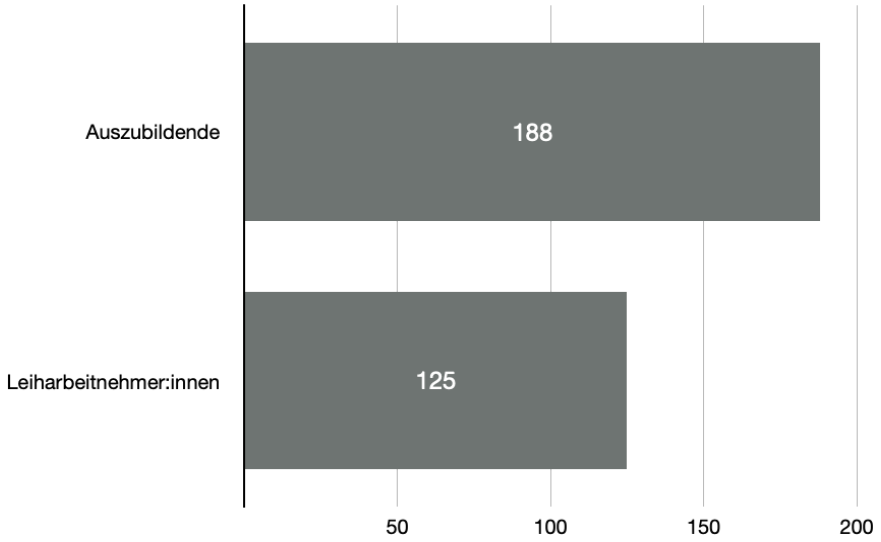
Segment Industrie & Dienstleistungen - Angestellte nach Region										
	Butzbach	Frankfurt	Haibach	Hees-lingen	Klein-machnow	Köln	Metz-ingen	Nürn-berg	Potsdam	Gesamt
Angestellte	19	19	24	8	14	5	294	2	78	463
Unbefristete Angestellte	11	15	20	6	12	4	247	1	67	383
Befristete Angestellte	8	4	4	2	2	1	47	1	11	80
Angestellte mit nicht garantierten Arbeitsstunden	0	0	0	0	0	0	12	0	0	12
Angestellte in Vollzeit	12	17	14	5	13	4	239	1	75	380
Angestellte in Teilzeit	7	2	10	3	1	1	43	1	3	71

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Weisungsgebundenes Personal im Überblick

Weisungsgebundenes Personal ist auch für die KOLIBRI Gruppe ein wichtiger Bestandteil der Arbeitskräfte. Mit klaren Anweisungen stellen wir sicher, dass ihre Arbeit effektiv und reibungslos verläuft. Wie bei unseren Angestellten gewährleisten wir, dass auch unser weisungsgebundenes Personal angemessene Arbeitsbedingungen hat und ihre Arbeitszeit und Vergütung entsprechend geregelt ist.

Zunächst stellen wir die konsolidierten Zahlen für die in diesem Bericht berücksichtigten Unternehmen der KOLIBRI Gruppe vor. Zu beachten ist: Aussagen über die Menge des weisungsgebundenen Personals sind aufgrund von Schwankungen und sich verändernden Arbeitsmärkten schwierig zu ermitteln und daher ungenau und möglicherweise fehlerbehaftet.



Das weisungsgebundene Personal verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Segmente bzw. Gesellschaften der KOLIBRI Gruppe:

	Auszubildende	Leiharbeitnehmer:innen
Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA	0	0
Segment Medien & Logistik	63	83
Zeitfracht Medien GmbH	63	83
Zeitfracht Logistik GmbH	0	0
Segment Retail	102	33
Adler Modemärkte GmbH	94	0
BuchPartner GmbH inkl. Kolibri Services GmbH	8	33
Segment Industrie & Dienstleistungen	23	9
HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH	11	4
Sauter Feinmechanik GmbH	0	5
Coconad GmbH	12	0
Gesamt	188	125

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Tarifverträge

Unsere Beschäftigten sorgen jeden Tag mit ihrem Engagement und ihrer Expertise für den Erfolg der KOLIBRI Gruppe und der jeweiligen Gesellschaften. Im Gegenzug tragen wir eine große soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden. Deswegen ist es uns entsprechend wichtig, die Arbeit unserer Beschäftigten angemessen zu entlohnen.

Bisher werden insgesamt 2466 von 5702 Angestellten der KOLIBRI-Unternehmen, die in diesem Bericht berücksichtigt werden, tariflich vergütet. Für 3504 Angestellte der KOLIBRI Gruppe haben wir diesbezüglich keine auswertbaren Daten vorliegen. Der Teil der Gruppe, der von Daten abgedeckt ist, weist eine Quote von über 70 % auf.

Bei der Sauter Feinmechanik GmbH liegt der Anteil der Angestellten mit Tarifvertrag bei 93 % und bei der Adler Modemärkte GmbH bei 94 %. Bei der BuchPartner GmbH liegt die Quote bei 5 %, bei den sonstigen Angestellten der BuchPartner GmbH ist die Bezahlung an die bestehende Betriebsvereinbarung angelehnt, Sonderzahlungen richten sich nach den Regelungen des Manteltarifvertrags. Für die Zeitfracht Medien GmbH liegen keine Angaben

vor, da hier personalseitig keine Auswertung möglich ist. Keine Tarifverträge gibt es bei der Zeitfracht Logistik GmbH, der Coconad GmbH sowie der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH.

Attraktiver Arbeitgeber

3-1, 401-1, 401-3

Mit Mitarbeitervorteilen zur Stärkung unserer Unternehmenskultur und Leistungsfähigkeit

Mitarbeitervorteile sind nicht nur ein Luxus, sondern ein strategisches Instrument zur Förderung von Mitarbeiterbindung, Engagement und letztendlich zum Erfolg unserer Unternehmen. Wir haben erkannt, dass diese Vorteile nicht nur das Wohl unserer Mitarbeiter:innen steigern, sondern unserer Gruppe auch einen erheblichen Mehrwert bieten.

- **Flexible Arbeitszeiten:** Flexible Arbeitszeitmodelle ermöglichen es unseren Mitarbeiter:innen, Arbeit und Leben besser in Einklang zu bringen. Dies steigert die Work-Life-Balance und fördert die Zufriedenheit und Produktivität.

4-Tage-Woche bei der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH

Seit April 2022 arbeitet die HVT in der 4-Tage-Woche.

„Die 4-Tage-Woche ist wirklich eine super Idee. Unter der Woche macht man abends sowieso nichts und so habe ich mehr Freizeit am Wochenende."

Mitarbeiterbewertung auf kununu.com im Februar 2023

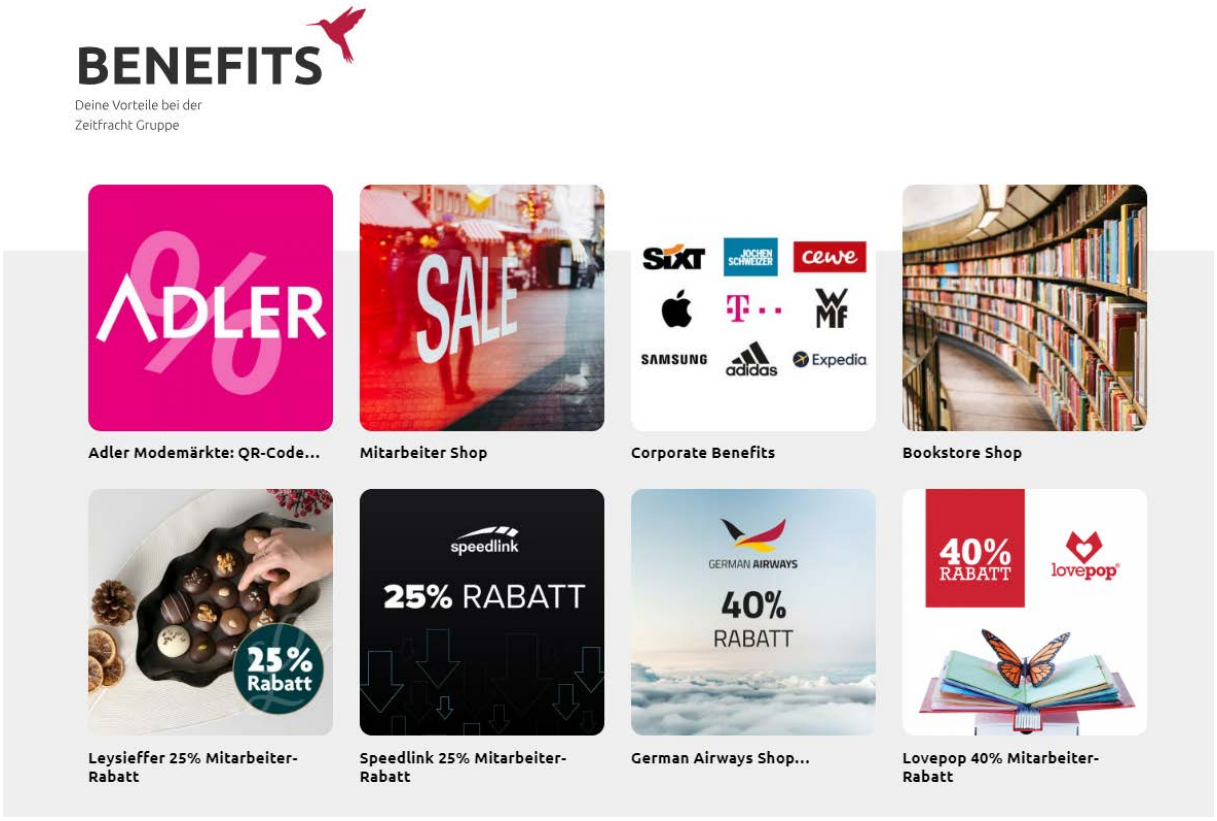


- **Du-Kultur:** Unsere Unternehmenskultur basiert auf Wertschätzung und Respekt gegenüber unseren Mitarbeiter:innen. Die Du-Kultur fördert offene Kommunikation und einen informellen, kollaborativen Arbeitsstil, der den Zusammenhalt stärkt und die Innovationsbereitschaft fördert.
- **Flache Hierarchien:** Wir schätzen die Ideen und Beiträge jedes/r einzelnen Mitarbeiters/in. Flache Hierarchien ermöglichen es, dass Stimmen aus allen Ebenen gehört werden, was zu einem dynamischen Arbeitsumfeld führt, in dem innovative Ideen gedeihen können.
- **Betriebliche Altersvorsorge:** Unsere betriebliche Altersvorsorge zeigt unser Engagement für die langfristige Sicherheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen. Sie können sich darauf verlassen, dass wir an ihre Zukunft denken.
- **Mitarbeiterrabatte:** Durch unsere Partnerangebote bieten wir unseren Mitarbeiter:innen Zugang zu hochwertigen Produkten zu exklusiven Preisen. Dies

stärkt die Bindung zu unseren Unternehmen und fördert den stolzen Bezug zu unseren Marken.

- **Corporate-Benefits-Portal:** Durch das Corporate-Benefits-Portal haben unsere Mitarbeiter:innen Zugriff auf Vergünstigungen bei über 600 namhaften Anbietern von Produkten und Dienstleistungen.

Wir sind überzeugt, dass unsere Investition in das Wohl unserer Mitarbeiter:innen letztendlich zu unserem eigenen Erfolg beiträgt.



Beschäftigung

Das Jahr 2022 hat die gesamte deutsche Wirtschaft vor zusätzliche Herausforderungen gestellt. So mussten wir als Unternehmensgruppe immer wieder schnell und flexibel auf neue Anforderungen des Gesetzgebers, die sich daraus ergebenden Veränderungen am Arbeitsplatz sowie die veränderten Lebensumstände der Mitarbeitenden reagieren. Neben dem Schutz der Beschäftigten galt es, den Service für unsere Kund:innen aufrechtzuerhalten und negative wirtschaftliche Auswirkungen auf das Unternehmen zu minimieren.

Im Folgenden gliedern wir alle Neueinstellungen und Abgänge unserer Angestellten im Jahr 2021 und 2022 nach Geschlecht, Alter und Region auf. Zunächst stellen wir die konsolidierten

Zahlen für die in diesem Bericht berücksichtigten Unternehmen der KOLIBRI Gruppe vor. Anschließend gibt es einen Überblick über die einzelnen Segmente der Gruppe.

KOLIBRI Gruppe - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation						
	Frauen	Männer	Angestellte unter 30 Jahre	Angestellte 30 - 50 Jahre	Angestellte über 50 Jahre	Gesamt
Neueinstellungen						
2021	536	411	407	356	184	947
2022	746	610	619	492	245	1356
Abgänge						
2021	1195*	433*	535*	453*	640*	1628*
2022	850*	465*	483*	447*	385*	1315* (1432)

**Für das Jahr 2021 stehen keinerlei Angaben der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA und zur Mitarbeiterfluktuation der Zeitfracht Logistik GmbH zur Verfügung. Für 2022 stehen keine detaillierten Angaben nach Geschlecht oder Alter zur Mitarbeiterfluktuation der Zeitfracht Logistik GmbH zur Verfügung, da personalseitig einige Umstrukturierungen erfolgt sind. Wir konnten jedoch einen Gesamtwert an Angestellten ermitteln, die das Unternehmen 2022 verlassen haben. Für das Jahr 2022 haben wir die Anzahl an Abgängen 2022 inkl. der Abgänge der Zeitfracht Logistik GmbH in Klammern beigefügt.*
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Die Verbreitung des Coronavirus hat die Arbeitswelt 2021 auf den Kopf gestellt. Die Angestellten der KOLIBRI Gruppe wurden in vielerlei Hinsicht von den Lockdown-Maßnahmen und den daraus resultierenden wirtschaftlichen Auswirkungen beeinflusst. Dies hatte sowohl positive Auswirkungen in Form eines gestärkten Zusammenhalts und deren Erweiterung der digitalen Kooperationsmöglichkeiten als auch negative Auswirkungen durch zahlreiche erforderliche Anpassungen der Arbeitsprozesse. Auch die KOLIBRI Gruppe war 2021 von einem leichten Beschäftigungsrückgang betroffen. Wir sind erleichtert, dass die Zahl der Neueinstellungen zum Berichtsjahr 2022 wieder um 30 % gestiegen ist. Auch die Mitarbeiterfluktuation ist im Vergleich zum Vorjahr um 12 % zurückgegangen.

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA

(vorm. Zeitfracht GmbH & Co. KGaA)

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation						
	Frauen	Männer	Angestellte unter 30 Jahre	Angestellte 30 - 50 Jahre	Angestellte über 50 Jahre	Gesamt
Neueinstellungen						
2022	48	29	18	37	22	77
Abgänge						
2022	20	13	6	18	9	33

Die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA, vormals Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, gibt es in ihrer heutigen Form erst seit dem Jahr 2022. Daher gibt es für das Jahr 2021 keine vergleichbaren Zahlen.
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation nach Region					
	Kleinmachnow	Leipzig	Frankfurt	Haibach	Gesamt
Neueinstellungen					
2022	18	2	1	56	77
Abgänge					
2022	21	2	2	8	33

Die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA, vormals Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, gibt es in ihrer heutigen Form erst seit dem Jahr 2022. Daher gibt es für das Jahr 2021 keine vergleichbaren Zahlen.
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Einige Adler-Mitarbeiter:innen, darunter viele technische Mitarbeiter:innen, und auch die gesamte Rechtsabteilung sind zur Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA gewandert, um einheitliche Prozesse in der Gruppe über die Muttergesellschaft auszusteuern.

Segment Medien & Logistik

Segment Medien & Logistik - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation						
	Frauen	Männer	Angestellte unter 30 Jahre	Angestellte 30 - 50 Jahre	Angestellte über 50 Jahre	Gesamt
Neueinstellungen						
2021	200	274	204	187	83	474
2022	307	445	371	284	97	752
Abgänge						
2021	156*	229*	124*	167*	94*	385*
2022	245*	292*	216*	215*	106*	537* (654)

**Für das Jahr 2021 stehen keinerlei Angaben zur Mitarbeiterfluktuation der Zeitfracht Logistik GmbH zur Verfügung. Für 2022 stehen keine detaillierten Angaben nach Geschlecht oder Alter zur Mitarbeiterfluktuation der Zeitfracht Logistik GmbH zur Verfügung, da personalseitig einige Umstrukturierungen erfolgt sind. Wir konnten jedoch einen Gesamtwert an Angestellten ermitteln, die das Unternehmen 2022 verlassen haben, den wir der Übersicht in Klammern beigefügt haben.*

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Medien & Logistik - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation nach Region									
	Berlin	Erfurt	Hannover	Hees-lingen	Münster	Nürnberg	Raunheim	Stuttgart	Gesamt
Neueinstellungen									
2021	12	392	9	29	0	-**	6	26	474
2022	17	635	14	34	0	4	4	44	752
Abgänge									
2021	k.A.*	314*	k.A.*	31*	k.A.*	-**	k.A.*	40	385
2022	k.A.*	416*	k.A.*	35	k.A.*	23	k.A.*	63	537 (654)

**Für das Jahr 2021 stehen keinerlei Angaben zur Mitarbeiterfluktuation der Zeitfracht Logistik GmbH zur Verfügung. Für 2022 stehen keine detaillierten Angaben zur Mitarbeiterfluktuation nach Region der Zeitfracht Logistik GmbH zur Verfügung, da personalseitig einige Umstrukturierungen erfolgt sind. Wir konnten jedoch einen Gesamtwert an Angestellten ermitteln, die das Unternehmen 2022 verlassen haben, den wir der Übersicht in Klammern beigefügt haben.*

*** Den Standort Nürnberg gibt es erst seit dem Zukauf der Hofmann Druck Nürnberg GmbH & Co. KG im Jahr 2022.*

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Retail

Segment Retail - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation						
	Frauen	Männer	Angestellte unter 30 Jahre	Angestellte 30 - 50 Jahre	Angestellte über 50 Jahre	Gesamt
Neueinstellungen						
2021	287	100	166	127	94	387
2022	360	89	203	128	118	449
Abgänge						
2021	1020	176	389	271	536	1196
2022	543	115	241	166	251	658

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Retail - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation nach Region					
	Deutschland*	Österreich	Luxemburg	Schweiz	Gesamt
Neueinstellungen					
2021	330	49	7	1	387
2022	374	65	8	2	449
Abgänge					
2021	1116	74	5	1	1196
2022	556	92	10	0	658

**Aufgrund der EU-weiten Aufstellung der Adler Modekette unterteilen wir hier nach Ländern. Angestellte der BuchPartner GmbH und der Kolibri Services GmbH (Region Darmstadt) werden Deutschland zugerechnet.*
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Industrie & Dienstleistungen

Segment Industrie & Dienstleistungen - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation						
	Frauen	Männer	Angestellte unter 30 Jahre	Angestellte 30 - 50 Jahre	Angestellte über 50 Jahre	Gesamt
Neueinstellungen						
2021	49	37	37	42	7	86
2022	31	47	27	43	8	78
Abgänge						
2021	19	28	22	15	10	47
2022	42	45	20	48	19	87

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Industrie & Dienstleistungen - Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation nach Region											
	Berlin	Butz-bach	Frankfurt	Haibach	Hees-lingen	Klein-mach now	Köln	Metz-ingen	Nürn-berg	Potsdam	Gesamt
Neueinstellungen											
2021	17	8	16	13	2	0	7	14	2	7	86
2022	4	8	18	14	3	2	5	15	2	7	78
Abgänge											
2021	3	4	6	0	10	0	1	21	0	2	47
2022	8	5	8	13	5	11	8	15	2	12	87

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Im Folgenden gliedern wir unsere Angestellten, die 2021 und 2022 Elternzeit in Anspruch genommen haben, und Angestellte, die 2021 und 2022 nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind, nach Geschlecht auf. Zunächst stellen wir die konsolidierten Zahlen für die in diesem Bericht berücksichtigten Unternehmen der KOLIBRI Gruppe vor. Anschließend gibt es einen Überblick über die einzelnen Segmente der Gruppe.

KOLIBRI Gruppe - Elternzeit			
	Frauen	Männer	Gesamt
Angestellte, die Elternzeit in Anspruch genommen haben			
2021	154	24	178
2022	156	24	180
Angestellte, die nach Beendigung an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind			
2021	14	20	34
2022	15	21	36

Uns liegen zum derzeitigen Stand für die Kolibri Services GmbH keine Angaben zur Elternzeit vor. Diese sind hier nicht berücksichtigt. Nicht berücksichtigte Gesellschaften 2021: Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA und Zeitfracht Logistik GmbH. Zusätzlich liegen uns im Jahr 2021 keine Daten zu Rückkehrer:innen von der Adler Modemärkte GmbH und der Coconad GmbH vor.
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

KOLIBRI engagiert sich für seine Mitarbeiter:innen in sämtlichen Lebensphasen und verfolgt das Ziel, die Balance zwischen Arbeit und Familie für alle zu verbessern.

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA

(vorm. Zeitfracht GmbH & Co. KGaA)

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA - Elternzeit			
	Frauen	Männer	Gesamt
Angestellte, die Elternzeit in Anspruch genommen haben			
2022	3	1	4
Angestellte, die nach Beendigung an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind			
2022	0	1	1

Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Medien & Logistik

Segment Medien & Logistik - Elternzeit			
	Frauen	Männer	Gesamt
Angestellte, die Elternzeit in Anspruch genommen haben			
2021	20*	6*	26*
2022	29	10	39
Angestellte, die nach Beendigung an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind			
2021	13*	7*	20*
2022	9	10	19

**Uns liegen zum derzeitigen Stand für 2021 keine Angaben der Zeitfracht Logistik GmbH vor.*
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Retail

Segment Retail - Elternzeit			
	Frauen	Männer	Gesamt
Angestellte, die Elternzeit in Anspruch genommen haben			
2021	130	7	137
2022	120	4	124
Angestellte, die nach Beendigung an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind			
2021	0*	2*	2*
2022	4*	2*	6*

**Uns liegen zum derzeitigen Stand keine Angaben zu Rückkehrer:innen der Adler Modemärkte GmbH vor.*
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Segment Industrie & Dienstleistungen

Segment Industrie & Dienstleistungen - Elternzeit			
	Frauen	Männer	Gesamt
Angestellte, die Elternzeit in Anspruch genommen haben			
2021	4	11	15
2022	4	9	13
Angestellte, die nach Beendigung an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind			
2021	1*	11*	12*
2022	2	8	10

**Uns liegen zum derzeitigen Stand für 2021 keine Angaben zu Rückkehrer:innen der Coconad GmbH vor.*
Alle Angaben in absoluten Zahlen.

Diversität und Chancengleichheit

3-2, 405-1

Unsere Mitarbeitenden sind unser höchstes Gut. Jeder ist in seiner Einzigartigkeit wichtig und trägt zum Erfolg sowohl seines Unternehmens als auch der gesamten KOLIBRI Gruppe bei. Entsprechend wichtig ist es uns, dass sich unsere Beschäftigten wohlfühlen, zufrieden sind und jeden Tag motiviert an ihren Arbeitsplatz kommen.

Um Diversität und Chancengleichheit in allen Belangen und Ebenen zu fördern, setzt sich die KOLIBRI Gruppe aktiv für eine vielfältige und inklusive Arbeitsumgebung ein. Wir sind davon überzeugt, dass eine diverse Belegschaft mit unterschiedlichen Hintergründen nicht nur ethisch richtig ist, sondern sich auch positiv auf unsere wirtschaftliche Entwicklung auswirkt.

Wir fördern eine Unternehmenskultur, die auf Offenheit, Respekt und Fairness basiert. Jeder Mitarbeitende unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, Herkunft, sexueller Identität oder Behinderung soll ein sicheres und diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld vorfinden, in dem jeder Einzelne sein volles Potenzial entfalten kann und sich wertgeschätzt fühlt.

Im Folgenden gliedern wir Personen in Kontrollorganen, Führungskräfte, Angestellte und weitere Angestelltenkategorien nach Diversitäts-Kriterien auf. Zunächst stellen wir die konsolidierten Zahlen für die in diesem Bericht berücksichtigten Gesellschaften der KOLIBRI Gruppe vor. Anschließend gibt es einen komprimierten Überblick über die einzelnen Segmente der Unternehmensgruppe, welcher ebenfalls Daten zu 2021 enthält, um bereits über Personalentwicklungen berichten zu können.

KOLIBRI Gruppe - Diversität						
	Anteil Frauen	Anteil Männer	Anteil unter 30 Jahre	Anteil 30 - 50 Jahre	Anteil über 50 Jahre	Anteil mit ausländischer Staatsbürgerschaft
Kontrollorgan	28,6	71,4	0,0	71,4	28,6	33,3
Führungskräfte	39,9	60,1	5,8	44,5	49,7	17,5
sonstige Mitarbeitende	66,5	33,5	17,2	35,7	47,1	27,2
Gewerbliches Personal	72,3	27,7	12,0	33,0	55,0	23,4
Kaufmännisches Personal	62,9	37,1	20,0	44,5	35,5	8,4
Technisches Personal	4,2	95,8	31,9	33,5	34,6	2,1
Fahrendes Personal	2,0	98,0	4,0	49,0	47,0	53,0
Mitarbeiter:innen im Außendienst	54,0	46,0	0,0	11,0	89,0	34,4
Auszubildende	23,1	76,9	96,6	3,0	0,4	21,2
Schüler:innen & Student:innen	51,5	48,5	93,6	6,4	0,0	19,9

Kontrollorgan der KOLIBRI Gruppe ist der Aufsichtsrat (siehe Thema Führungsstruktur). Informationen zur Diversität innerhalb der Mitarbeiterkategorien liegen derzeit für die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co KGaA und die Kolibri Services GmbH nicht vor.
Alle Angaben in Prozent.

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA
(vorm. Zeitfracht GmbH & Co. KGaA)

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA - Diversität						
	Anteil Frauen	Anteil Männer	Anteil unter 30 Jahre	Anteil 30 - 50 Jahre	Anteil über 50 Jahre	Anteil mit ausländischer Staatsbürgerschaft
Führungskräfte	40,0	60,0	0,0	60,0	40,0	0,0
sonstige Mitarbeitende	63,6	36,4	24,2	39,4	36,4	1,5

Alle Angaben in Prozent.

Segment Medien & Logistik

Segment Medien & Logistik - Diversität						
	Anteil Frauen	Anteil Männer	Anteil unter 30 Jahre	Anteil 30 - 50 Jahre	Anteil über 50 Jahre	Anteil mit ausländischer Staatsbürgerschaft
Führungskräfte						
2021	30,5	69,5	9,7	56,5	33,8	9,3
2022	28,2	71,8	10,2	51,2	38,6	12,7
sonstige Mitarbeitende						
2021	42,7	57,3	17,3	46,1	36,6	36,2
2022	42,0	58,0	18,2	44,6	37,2	40,0

Da das Personalwesen der Zeitfracht Medien GmbH durch Firmenzusammenführungen noch über diverse Personalsysteme läuft, sind am Standort Heeslingen keine Aussagen zum Anteil der Angestellten mit ausländischer Staatsbürgerschaft möglich. Diese sind hier nicht berücksichtigt.
Alle Angaben in Prozent.

Aus der Auswertung ergibt sich, dass der Anteil der männlichen Führungskräfte und Angestellten generell größer ist und im Vergleich zum Vorjahr um wenige Prozentpunkte gestiegen ist. Dies entspricht allerdings der branchentypischen Geschlechterverteilung. Dennoch animieren uns diese Zahlen, besonders Frauen für die Arbeit in der Medien- und Logistikbranche zu begeistern. Die Gruppe der 30- bis 50-Jährigen ist im Unternehmen mit über 50 Prozent am stärksten vertreten. Die Diversität unserer Gruppe zeigt sich auch in unserer Belegschaft: Der Anteil an Angestellten mit ausländischer Staatsbürgerschaft ist im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozentpunkte angewachsen. Einen ähnlichen Anstieg verzeichnen wir auch im Anteil an Führungskräften mit ausländischer Staatsbürgerschaft.

Segment Retail

Segment Retail - Diversität						
	Anteil Frauen	Anteil Männer	Anteil unter 30 Jahre	Anteil 30 - 50 Jahre	Anteil über 50 Jahre	Anteil mit ausländischer Staatsbürgerschaft
Führungskräfte						
2021	48,0	52,0	2,1	44,1	53,8	21,9
2022	49,2	50,8	3,5	41,8	54,7	22,5

sonstige Mitarbeitende						
2021	88,1	11,9	15,6	30,5	53,9	22,7
2022	88,2	11,8	15,3	29,4	55,3	23,7

Alle Angaben in Prozent.

In Führungspositionen im Einzelhandelsbereich ist das Verhältnis zwischen den Geschlechtern annähernd ausgeglichen. Grundsätzlich sind mehr Frauen als Männer im Einzelhandel tätig. Die Gruppe der Über-50-Jährigen ist in diesem Segment mit fast 55 Prozent am stärksten vertreten. Beinahe ein Viertel der Belegschaft im Einzelhandelsbereich hat eine ausländische Staatsbürgerschaft.

Segment Industrie & Dienstleistungen

Segment Industrie & Dienstleistungen - Diversität						
	Anteil Frauen	Anteil Männer	Anteil unter 30 Jahre	Anteil 30 - 50 Jahre	Anteil über 50 Jahre	Anteil mit ausländischer Staatsbürgerschaft
Führungskräfte						
2021	6,3	93,7	3,1	48,9	48,0	0,0
2022	14,4	85,6	2,4	52,7	44,9	0,0
sonstige Mitarbeitende						
2021	13,3	86,6	14,0	41,0	45,0	5,0
2022	23,0	77,0	24,4	39,8	35,8	5,9

Durch die Umstellung des Personalsystems 2021/2022 können wir für die Coconad GmbH 2021 keine belastbaren Zahlen für die Kategorie Führungskräfte darstellen. Diese sind hier 2021 nicht berücksichtigt.
Alle Angaben in Prozent.

In der Branche der Industrie & Dienstleistungen gibt es einen traditionellen Überhang an männlichen Angestellten, der sich auch bei uns widerspiegelt. Die Gruppe der 30- bis 50-Jährigen sowie die Über-50-Jährigen sind in diesem Segment mit um die 40 Prozent gleichermaßen vertreten. Wir sind froh, dass unsere Bemühungen um Auszubildende in dieser Branche im Vergleich zum Vorjahr bereits einen wachsenden Trend bei den Unter-30-Jährigen zeigen. Die Quote der Mitarbeitenden mit ausländischer Staatsbürgerschaft ist mit rund 5 Prozent vergleichsweise gering. Die Coconad GmbH hat als

Digitalagentur für den E-Commerce mehr weibliche als männliche Angestellte. Etwa zwei Drittel der Mitarbeitenden sind Frauen.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

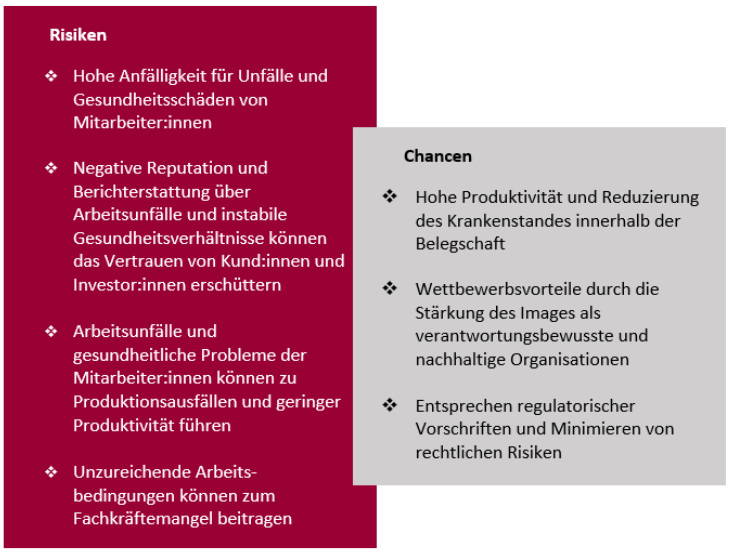
3-2, 403-1, 403-3, 403-5, 403-6, 403-9

Unsere Mitarbeitenden sollen sich an ihrem Arbeitsplatz nicht nur wohlfühlen, sondern auch sicher sein und gesund bleiben. Deswegen haben wir die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für unsere Beschäftigten als wesentliches Thema innerhalb der gesamten Gruppe und in allen Geschäftsbereichen identifiziert. Weitere Informationen zur Wesentlichkeitsanalyse gibt es im Abschnitt „Was Nachhaltigkeit für uns bedeutet".

Auswirkungen:

Sichere Arbeitsplätze und der Erhalt der Gesundheit von Mitarbeitenden nehmen bei der KOLIBRI Gruppe eine zentrale Rolle ein. Dies umfasst die Prävention von Arbeitsunfällen und die Bereitstellung von Gesundheitsförderungsmaßnahmen, wie im folgenden Abschnitt „Management für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz" erläutert wird. Auf diese Weise stellt das Unternehmen sicher, dass es nicht nur die gesetzlichen Anforderungen erfüllt, sondern auch längere Arbeitsausfälle verhindert und die Gesundheit seiner Mitarbeiter:innen schützt. Besonders im Handelsbereich, einschließlich Märkten und Logistik, sind sowohl psychische Belastungen als auch physische Gefahren möglich, wie im unten stehenden Abschnitt „Arbeitsbedingte Verletzungen" erläutert. Um die Sicherheit der Mitarbeitenden bestmöglich zu gewährleisten, analysiert das Unternehmen die relevanten Arbeitsprozesse hinsichtlich Gesundheits- und Sicherheitsrisiken und setzt zahlreiche Maßnahmen in diesen Bereichen um.

Die Beachtung bzw. Nichtbeachtung des Themas Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in unserer Nachhaltigkeitsstrategie geht für unsere Unternehmen mit einigen potenziellen Risiken und Chancen einher:



Grundsatz:

Im Code of Conduct der KOLIBRI Gruppe bekennen wir uns dazu, gesetzlichen und internen Vorgaben zur Arbeitssicherheit sowie dem Brand-, Gesundheits- und Umweltschutz zu entsprechen. Gefährdungen für Menschen und Umwelt sind für die Schaffung eines sicheren Arbeitsumfeldes zu vermeiden.

Ziele auf Gruppenebene:

Die KOLIBRI Gruppe verfolgt das Ziel, die Anzahl der Unfälle und Erkrankungen in allen Betriebsstätten kontinuierlich zu senken. Gleichzeitig möchten wir relevante Arbeitsprozesse in Bezug auf potenzielle Gesundheits- und Sicherheitsrisiken kontinuierlich analysieren und kontrollieren und bereits präventiv geeignete Maßnahmen zur Reduzierung von Gefährdungen identifizieren.

Unsere Maßnahmen:

Gesundheit first – Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)

Für den Gesundheitsschutz und die Förderung von gesundheitlichen Ressourcen unserer Mitarbeitenden übernehmen wir seit jeher Verantwortung, wobei der Gesundheitsschutz in Pandemie-Zeiten in den Fokus gerückt ist wie nie zuvor. Allerdings geht die KOLIBRI Gruppe in Sachen Mitarbeitergesundheit auch unabhängig von der Pandemie-Situation weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. 2021 haben wir mit der Einstellung einer Referentin für Gesundheitsschutz ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) etabliert. Die Referentin kümmert sich proaktiv um Prävention, Gesundheitsförderung und die Gestaltung einer allgemein gültigen Gesundheitspolitik in der Unternehmensgruppe.

Umgang mit Covid

Vom BGM profitierte die KOLIBRI Gruppe auch im durch die Covid-19-Pandemie noch immer stark beeinflussten Jahr 2022. Ein Großteil der administrativen Mitarbeitenden arbeitete Anfang des Jahres überwiegend im Mobile Office, während die Schutzmaßnahmen für die gewerblichen Mitarbeitenden, die in den Logistikzentren oder als Lkw-Fahrer:innen tätig sind, kontinuierlich an die geltenden Bestimmungen angepasst wurden. Oberstes Ziel war es, unsere Beschäftigten sowie unsere Kund:innen bestmöglich vor einer Infektion zu schützen und gleichzeitig die Dienstleistungen aufrechtzuerhalten. Gemeinsam mit den Verantwortlichen für Arbeitsschutz, der HR-Leitung und den Führungskräften wurden

Prozesse definiert, wie im Unternehmen beispielsweise mit Verdachts- und bestätigten Covid-19-Fällen umzugehen ist.



Mitarbeitende, die aufgrund ihrer Tätigkeiten nicht im Homeoffice arbeiten konnten, wurden mit Masken ausgestattet. Darüber hinaus haben wir zusätzliche Desinfektionsmöglichkeiten geschaffen, die Reinigungs- und Lüftungsintervalle erhöht sowie unseren Beschäftigten regelmäßig freiwillige Testangebote unterbreitet. Gleichzeitig wurden umfangreiche technische und organisatorische Schutzvorkehrungen getroffen, wie die Entzerrung von Schicht- und Pausenzeiten speziell an unseren operativen Standorten in Erfurt und Heeslingen. Zusätzlich wurde dort bei jedem Mitarbeitenden Fieber gemessen.

In Zusammenarbeit mit dem Betriebsarzt haben wir allen Beschäftigten eine Corona-Schutzimpfung mit Biontech und Johnson & Johnson angeboten. Die KOLIBRI Gruppe hat hierfür neben der Planung der Impftermine auch die Anreise organisiert und die Mitarbeitenden konnten die Termine während der Arbeitszeit wahrnehmen. Dieser Einsatz hat sich bewährt: Es ist uns bisher gelungen, die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Beschäftigten der Unternehmensgruppe gering zu halten. Die Quote der vollständig Geimpften liegt bei 75 %. Letztendlich hat uns die Covid-19-Pandemie gezeigt, wie flexibel und agil wir als Unternehmen sind und wie resilient die KOLIBRI Gruppe auch in Krisenzeiten ist.

Das bestärkt uns in unserer Überzeugung, dass wir als Arbeitgeber mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement auf dem richtigen Weg sind.

Management für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Die KOLIBRI Gruppe ist ein Unternehmen, das sich dem Thema Gesundheit und Arbeitsschutz sehr verpflichtet fühlt. Wir haben uns das Ziel gesetzt, eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung für alle Mitarbeitenden zu schaffen sowie Risiken in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz zu minimieren.

Das Managementsystem für Gesundheit und Arbeitsschutz in unserer Unternehmensgruppe basiert auf einer systematischen Herangehensweise zur Identifizierung, Bewertung und Kontrolle von Risiken. Es umfasst eine Vielzahl von Maßnahmen, die auf die Bedürfnisse der jeweiligen Gesellschaft zugeschnitten sind. Darunter fallen beispielsweise regelmäßige Schulungen, die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für die Bedeutung von Sicherheit und

Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz, die Überprüfung von Arbeitsverfahren und -prozessen sowie die Umsetzung von Präventivmaßnahmen.

Die Umsetzung des Managementsystems erfolgt durch regelmäßige interne Audits und eine kontinuierliche Anpassung an sich ändernde Anforderungen. Wir fördern eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung und nutzen Rückmeldungen unserer Mitarbeitenden, um die Effektivität des Managementsystems zu überprüfen und zu optimieren. Außerdem binden wir unsere Beschäftigten in unterschiedliche Aufgaben des betrieblichen Arbeitsschutzes ein, zum Beispiel als Ersthelfer:innen, Sicherheitsbeauftragte oder Brandschutzhelfer:innen.

Die Verantwortung für die Umsetzung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes und damit einhergehend auch für entsprechend spezifische Managementansätze liegt häufig dezentral in den verschiedenen Unternehmen. Meist übernimmt der HR-Service-Bereich diese Aufgabe, unterstützt von externen Fachkräften für Arbeitssicherheit und Betriebsärzten.

Die bestellten Sicherheitsbeauftragten führen einmal im Quartal bzw. bedarfsweise eine Begehung zur Überprüfung der Arbeitssicherheit durch. Dabei werden Abweichungen protokolliert und der Fachkraft für Arbeitssicherheit zur Verfügung gestellt. Diese kümmert sich darum, dass etwaige Mängel behoben werden. Die Fachkraft für Arbeitssicherheit führt zusätzlich unter Berücksichtigung der staatlichen und berufsgenossenschaftlichen Vorschriften regelmäßig Begehungen an den Arbeitsstätten durch. Zudem weist sie in den Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses (ASA) auf die Themen der Arbeitssicherheit sowie des Brand- und Gefahrgutes hin.

Arbeitsmedizinische Dienste

Um die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden zu fördern, stellt die KOLIBRI Gruppe sicher, dass alle Beschäftigten einen Zugang zu arbeitsmedizinischen Diensten haben. In Zusammenarbeit mit mehreren externen Anbietern gewährleisten wir, dass unsere Beschäftigten regelmäßig medizinisch untersucht und betreut werden. Die arbeitsmedizinischen Dienstleistungen umfassen unter anderem Gesundheitschecks, Untersuchungen von arbeitsbedingten Erkrankungen, Impfungen, Schulungen und Beratungen zu Themen wie Arbeitssicherheit und Ergonomie.

Die Betriebsärzte berichten in den Sitzungen des Arbeitssicherheitsausschusses über durchgeführte Tätigkeiten und informieren über den Stand von Vorsorgeuntersuchungen und Änderungen von arbeitsmedizinischen Vorschriften. Weiterhin unterstützen sie bei der Durchführung der Gefährdungsbeurteilung und beraten bei allen Arbeitsplätzen über zu beachtende medizinische Aspekte. Die Betriebsärzte nehmen regelmäßig an Begehungen mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit teil und beraten über mögliche Präventionsmaßnahmen.

Darüber hinaus haben Führungskräfte und Mitarbeitende eine Fürsorgepflicht bzw. Meldepflicht, wenn die allgemeine körperliche Verfassung für die Durchführung der jeweiligen Arbeit als nicht geeignet eingestuft wird. Hier sind beispielsweise Eignungsuntersuchungen bzw. bei der Arbeit in großer Höhe entsprechende Schutzausrüstungen vorgesehen.

Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Der KOLIBRI Gruppe ist es ein großes Anliegen, ein größtmögliches Maß an Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zu gewährleisten. Um Arbeitsunfälle zu vermeiden und die Gesundheit unserer Beschäftigten weiter zu fördern, führen wir mindestens einmal im Jahr Schulungen unter anderem zu den Themen Arbeitssicherheit und Brandschutz durch. Meist werden diese Schulungen durch externe Anbieter unterstützt. Darüber hinaus gibt es spezielle Ausbildungen für die Brandschutzhelfer:innen sowie die Ersthelfer:innen.

Um eine reibungs- und gefahrlose Nutzung spezieller Maschinen wie Hubarbeitsbühnen zu gewährleisten, finden für die betroffenen Mitarbeitenden jährliche Unterweisungen in Theorie und Praxis statt. Zusätzlich stehen die Betriebsanweisungen, die jährlich auf Aktualität geprüft werden, für die Beschäftigten zur Verfügung.

Arbeitsbedingte Verletzungen

Die KOLIBRI Gruppe sieht ihre Mitarbeitenden als eine der wichtigsten Ressourcen an. Entsprechend bedeutsam ist es für uns, Unfälle am Arbeitsplatz zu vermeiden. Durch vielfältige Sicherheitsvorkehrungen versuchen wir, mögliche Gefährdungen unserer Beschäftigten zu minimieren.

KOLIBRI Gruppe - Arbeitsbedingte Verletzungen	
	Angestellte
Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen	364
Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen*	22,6
Anzahl der gearbeiteten Stunden**	3.219.044

**Basis von 200.000 Stunden*

*** Die Anzahl der gearbeiteten Stunden wurde in Einzelfällen mittels einer Überschlagsrechnung bestimmt.*

Segment Medien & Logistik

Segment Medien & Logistik - Arbeitsbedingte Verletzungen		
	Angestellte	Mitarbeitende, die keine Angestellten sind, deren Arbeit jedoch von der Organisation kontrolliert wird
Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen	330	1
Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen*	31,40	0,80
Anzahl der gearbeiteten Stunden	2.102.119,12	248.972

Für den Standort Heeslingen liegen derzeit keine Daten vor.
**Basis von 200.000 Stunden*

Die häufigsten Arten arbeitsbedingter Unfälle im Logistikbereich waren Stoß- und Schnittverletzungen sowie Unfälle mit Flurförderfahrzeugen. Um die Zahl der Unfälle zu reduzieren, werden wir verstärkt Schulungen anbieten und auf die Verwendung der persönlichen Schutzausrüstung hinweisen. Außerdem untersuchen wir im Arbeitsschutzausschuss jeden Unfall und ergreifen entsprechende Verbesserungsmaßnahmen, um ähnliche Vorfälle in Zukunft zu vermeiden. Unsere Sicherheitsmaßnahmen haben im Jahr 2022 dazu geführt, dass es keine schweren Verletzungen gab und keiner der betrieblichen Unfälle zum Tod führte.

Die Auswertung der Arbeitsunfälle erfolgt quartalsweise im Arbeitsschutzausschuss (ASA). Je nach Schwere des Unfalls – dabei ist die Betrachtung meldepflichtig/nicht meldepflichtig gegenüber den Berufsgenossenschaften zweitrangig – werden durch die Fachkraft der Arbeitssicherheit Arbeitsplatzbegehungen durchgeführt. Diese erfolgen gemeinsam mit den jeweils zuständigen Führungskräften. Es werden entsprechende Verbesserungsmaßnahmen ergriffen, damit ähnliche Vorfälle in Zukunft vermieden werden können.

Über die Arbeitsplatzbegehung (bei Einführung des Arbeitsplatzes) werden Gefährdungsbeurteilungen durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit erstellt und, wenn notwendig, nach einem Unfall korrigiert. Gemeinsam mit den Fachbereichen werden kritische Faktoren bestimmt und aufgenommen. Bis zur Änderung des Arbeitsplatzes bleibt die Gefährdungsbeurteilung bestehen und gilt für alle Mitarbeiter:innen des jeweiligen Fachbereiches.

Segment Retail

Segment Retail - Arbeitsbedingte Verletzungen	
	Angestellte
Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen	23
Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen*	1,98
Anzahl der gearbeiteten Stunden	2.319.483

Für die Mitarbeitenden der Kolibri Service GmbH (Mitarbeitende, die keine Angestellten sind) gibt es derzeit keine Statistik, diese sind in der Übersicht nicht berücksichtigt.
**Basis von 200.000 Stunden*

Die häufigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen im Einzelhandel im Jahr 2022 waren leichte Verletzungen, wie Stürze, Verstauchungen, Prellungen oder Schnittverletzungen. In der Statistik sind ebenfalls 7 Wegeunfälle enthalten. Keiner der Unfälle hatte schwere Verletzungen zur Folge bzw. führte zum Tod.

Segment Industrie & Dienstleistungen

Segment Industrie & Dienstleistungen - Arbeitsbedingte Verletzungen	
	Angestellte
Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen	11
Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen*	4,42
Anzahl der gearbeiteten Stunden**	497.441

**Basis von 200.000 Stunden*
***Die Anzahl der gearbeiteten Stunden der HVT und der Coconad wurden mittels einer Überschlagsrechnung bestimmt.*

Mit 11 Arbeitsunfällen im Jahr 2022 liegt der Bereich Industrie & Dienstleistungen im Rahmen der Vorjahre. Jährlich kommt es zu etwa 10 Fällen mit anschließender Krankschreibung. Durch unsere Sicherheitsmaßnahmen gab es 2022 keine Unfälle mit Todesfolge. Es kam lediglich zu geringfügigen Verletzungen, meist handelte es sich um Schnitt- oder Stoßverletzungen oder Quetschungen.

Bei der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH werden sämtliche Arbeitsunfälle von der Berufsgenossenschaft Holz und Metall dokumentiert. Um die Zahl der betriebsbedingten

Verletzungen zu verringern, finden regelmäßige Arbeitsschutzbelehrungen sowie Gefährdungsbeurteilungen jeder Baustelle statt. Belehrungen und Arbeitsanweisungen werden an die Gegebenheiten der jeweiligen Baustellen angepasst.

Bei der Coconad GmbH ist es 2022 zu keinen Verletzungen gekommen.

Mitarbeiterentwicklung

404-2

Durch eine gezielte Personalentwicklung werden unsere Mitarbeitenden gefördert und weiterqualifiziert, um den Anforderungen des sich wandelnden Arbeitsmarktes gerecht zu werden.

Die gegenwärtige Lage auf dem Arbeitsmarkt ist durch ständige Veränderungen geprägt: Die Arbeitswelt wird durch die Digitalisierung transformiert und der demografische Wandel führt zu einem Mangel an Fachkräften. Daher ist es für Unternehmen von besonderer Bedeutung, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zu fördern. Dadurch können sie fehlendes Wissen abbauen, ihre Mitarbeitenden qualifizieren und sich auf neue Herausforderungen wie die Digitalisierung vorbereiten, um zukunftsfähig zu bleiben.

Die KOLIBRI Gruppe investiert gezielt in Aus- und Weiterbildung, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und Talente für das Unternehmen zu gewinnen. Ziel ist es, möglichst viele Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren und qualifizierte sowie motivierte Mitarbeitende langfristig an das Unternehmen zu binden.



Mit dem Ziel, vor allem jungen Menschen die Chance zur Weiterentwicklung zu bieten, bilden wir in zwölf Berufen gruppenweit insgesamt über 180 Auszubildende aus. Zudem bieten wir unseren Talenten in Kooperation mit der Hochschule in Wismar weitere Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung. Die KOLIBRI Gruppe fördert und unterstützt Weiterbildungsangebote wie ein berufsbegleitendes Bachelor- oder Masterstudium oder auch ein Promotionsstudium. Wir beteiligen uns nicht nur finanziell, sondern schaffen auch die zeitlichen Voraussetzungen in Form individueller Arbeitszeiten und Arbeitszeitmodelle.

Damit verschaffen wir jungen Nachwuchstalenten eine Perspektive der persönlichen und beruflichen Entwicklung, wobei auch wir als Arbeitgeber von diesen Potenzialen profitieren. Denn gute und auf dem neuesten Stand von Wissenschaft und Forschung ausgebildete Mitarbeitende setzen neue Akzente insbesondere bei Arbeitsmethoden, Verfahrensweisen und Managementansätzen und entwickeln mit ihren Ideen und Kenntnissen die Unternehmensgruppe weiter.

Zusätzlich haben wir ein Cross-Mentoring-Programm etabliert, in dem erfahrene Führungskräfte aus Reihen des Vorstands und der Geschäftsführung der KOLIBRI Gruppe dem Führungsnachwuchs zur Seite gestellt werden. Dabei nutzen wir die gesamte Bandbreite der Unternehmensgruppe, sodass wir Mentoren und Mentees aus verschiedenen Unternehmen und unterschiedlichen Branchen zusammenschließen. Das Mentoring-Programm nutzen wir als gezieltes Instrument, damit unsere Mentees ihre Potenziale weiterentwickeln können und um ihre persönliche oder berufliche Entwicklung innerhalb der KOLIBRI Gruppe zu fördern.

Kennzahlen können wir hier aufgrund der Diversität in unseren Personalsystemen noch nicht angeben. Wir arbeiten aber mit Hochdruck an der Vereinheitlichung vieler Systeme und hoffen, im Nachhaltigkeitsbericht im nächsten Jahr genauere Angaben zu Aus- und Weiterbildungsstunden machen zu können.

KOLIBRI Talents – Nachwuchs sichern



Die besten Unternehmen geben Bewerber:innen aus den eigenen Reihen die größten Chancen und motivieren so ihre Mitarbeitenden. Nach dem Vorbild „Adler Talents" – dem Förderprogramm der Adler Modemärkte GmbH – haben wir nun ein eigenes Aufsteigerprogramm innerhalb der KOLIBRI Gruppe entwickelt. „KOLIBRI Talents" gießt die gezielte Förderung von Talenten unserer Unternehmensgruppe in eine feste Form. Gruppenweit nehmen seit Februar 2022 über 50 Personen an unserem Talentprogramm teil. „KOLIBRI Talents" ist ein klares Signal, wie wichtig die Entwicklung des eigenen Nachwuchses in der KOLIBRI Gruppe ist. Mit dem Programm geben wir unseren Talenten die Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln und mehr Verantwortung zu übernehmen. Zugleich stellen wir sicher, dass wir weiterhin junge, engagierte und gut ausgebildete Talente haben.

Diese Maßnahmen sind vorteilhaft für das Employer Branding der KOLIBRI Gruppe. Sie tragen dazu bei, dass einerseits Mitarbeitende stärker an das Unternehmen gebunden werden und andererseits bereits im Recruiting-Prozess besonders talentierte Bewerber:innen auf unsere Unternehmensgruppe aufmerksam werden. Dadurch wird sichergestellt, dass wir langfristig talentierte Nachwuchskräfte gewinnen können.

Unternehmerische Verantwortung

Unsere Kunden

3-2, 2-26, 2-29, 2-25

Die KOLIBRI Gruppe betrachtet Nachhaltigkeit in all seinen drei Dimensionen: Umwelt, Soziales und Governance/Unternehmensführung. Neben der Erreichung von Umwelt- und sozialen Zielen ist es für uns ebenso von essentieller Bedeutung, unsere wirtschaftlichen Ziele zu erreichen und auch in diesem Bereich nachhaltig zu handeln. Durch ein nachhaltiges Wirtschaften in allen drei Dimensionen bleiben wir als Unternehmensgruppe zukunftsfähig.

Auswirkungen:

Aus ökonomischer Sicht ist hier ein wesentlicher Faktor eine hohe und langjährige Kundenzufriedenheit, da sie direkte Auswirkungen auf unseren Unternehmenserfolg haben kann. Unsere Kund:innen erwarten von der KOLIBRI Gruppe höchste Qualität, gepaart mit einem ausgezeichneten Service. Dieser Anspruch treibt uns in allen Geschäftsfeldern der Unternehmensgruppe an, jeden Tag die Bedürfnisse unserer Kund:innen in höchstem Maße zufriedenzustellen.

Risiken

- Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg und die Unternehmensreputation durch fehlende Reaktion der KOLIBRI auf die begrenzte Akzeptanz von Kostensteigerungen, nachhaltige Einsparungen beim Versand, etc.
- Mögliche Qualitätsminderungen – und damit vermehrte Kundenbeschwerden – durch Kostendruck

Chancen

- Positionierung am Markt durch ausgezeichneten Service und schnelle Reaktionszeiten bei steigendem Anspruch an die Qualität der Produkte und Dienstleistungen und den Kundenservice
- Verbesserung der Erreichbarkeit für Kund:innen durch die Digitalisierung von Prozessen und Serviceleistungen

Ziel auf Gruppenebene:

Wir verfolgen gemeinsam den holistischen Ansatz, das Kundenmanagement und den Kundenservice bis 2030 spürbar zu verbessern.

Unsere Maßnahmen:

- **Einführung jährlicher Kundenumfragen:** Um kontinuierlich die Bedürfnisse und Meinungen unserer Kund:innen zu verstehen, haben wir die Einführung jährlicher Kundenumfragen beschlossen. Diese Umfragen ermöglichen es uns, wertvolles Feedback zu sammeln, um unsere Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich zu optimieren und den Erwartungen unserer Kund:innen gerecht zu werden.

- **Ausweitung der Internetpräsenz:** Wir erkennen die Bedeutung einer starken Online-Präsenz an. Daher haben wir unsere Bemühungen zur Ausweitung unserer Internetpräsenz verstärkt. Dies schließt die aktive Nutzung von Plattformen wie LinkedIn und Instagram ein. Damit möchten wir nicht nur unsere Reichweite erhöhen, sondern auch transparenter und zugänglicher für unsere Kund:innen und Interessent:innen werden.

- **Ausweitung des zentralen Ideenmanagements:** Das Ideenmanagement der KOLIBRI Gruppe ist ein zentrales Element unserer Innovationskultur. Wir gehen noch einen Schritt weiter, indem wir dieses Ideenmanagement nicht nur auf unsere internen Teams beschränken, sondern es auf alle unsere Stakeholder ausweiten. Dies schließt Kund:innen, Lieferant:innen, Partner:innen und Mitarbeiter:innen ein. Wir glauben fest daran, dass großartige Ideen überall entstehen können, und wir möchten ein Umfeld schaffen, in dem diese Ideen erkannt und genutzt werden können, um unseren Erfolg und den unserer Partner:innen zu steigern.

Darüber hinaus arbeiten wir derzeit noch an einem geeigneten Monitoring, um die Kundenzufriedenheit messbar zu machen.

Wichtig im Zusammenhang mit der Kundenzufriedenheit ist, immer in Kontakt mit unseren Stakeholdern zu stehen sowie neue Innovationen zu entdecken und voranzubringen. Um dies zu gewährleisten, haben wir verschiedene Prozesse eingeführt.

Stakeholderdialog Nachhaltigkeit

Alle zwei Jahre führt die KOLIBRI Gruppe umfassende Stakeholderumfragen durch, um die Meinungen zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen abzufragen. In diesem Rahmen bietet sich auch die Gelegenheit, Verbesserungsvorschläge und Wünsche zu äußern. Diese werden durch die Nachhaltigkeitsmanagerin der Unternehmensgruppe ausgewertet. Die Ergebnisse werden an die Nachhaltigkeitsbeauftragten der Gesellschaften weitergeleitet, die dann dafür sorgen, dass die Vorschläge unserer Stakeholder nach Möglichkeit umgesetzt werden.

Konflikte effizienter lösen – das „Zentrale Konfliktmanagementsystem“

Die KOLIBRI Gruppe ist ein extrem dynamischer Konzern. Zukäufe, Verschmelzungen und massive Veränderungen für alle betroffenen Mitarbeiter:innen stehen bei uns an der Tagesordnung. Dies führt zwangsläufig auch zu Konflikten. Allzu oft wird dafür viel Energie und Zeit aufgewendet und das Unternehmen dadurch gelähmt. Um zukünftig aufkeimende Konflikte zielführender lösen zu können, hat der KOLIBRI-Vorstand im Jahr 2021 entschieden, mit Hilfe eines externen Konfliktcoachs ein zentrales Konfliktmanagementsystem (ZKMS) einzurichten.

Den Kern des ZKMS bilden sogenannte Konfliktlotsen. Diese sind im Jahr 2022 ausgewählt und professionell ausgebildet worden. Seit Mitte 2022 sind die Konfliktlotsen gruppenweit im Einsatz. Sie sind Ansprechpartner:innen in allen Fragen in Bezug auf interne und externe Konflikte. Sie beraten und unterstützen vertraulich die Konfliktparteien. Bei Bedarf organisieren sie weitere Maßnahmen, wie zum Beispiel Verhandlungsbegleitungen oder Mediationen. Das Ziel des ZKMS ist es, sich durch weniger Aufwand für Konflikte, mehr auf das Kerngeschäft konzentrieren zu können und auf einer gemeinsamen Basis die Unternehmensgruppe weiter nach vorne zu bringen.

Klares Ziel ist eine erfolgreiche und nachhaltige Etablierung der internen Konfliktklärung in den Arbeitsalltag. Ein funktionierendes Konfliktmanagement kann zu einer Vielzahl positiver Effekte beitragen: Es können Konfliktkosten gesenkt, die Mitarbeiterzufriedenheit erhöht, Gerichtsverfahren und Disziplinarthemen vermieden, sowie die Mitarbeitergewinnung und Bindung verbessert werden.



Ideenmanagement der KOLIBRI Gruppe – „KOLIBRI Up!“

Gute Ideen bekommen bei uns seit Dezember 2021 einen noch besseren Platz: Unter dem Namen „KOLIBRI Up!“ haben wir für die gesamte KOLIBRI Gruppe ein neues betriebliches Vorschlagswesen als wesentlichen Bestandteil des Ideenmanagements gestartet. Die Mitarbeitenden aller Gesellschaften können Vorschläge einreichen, beispielsweise zur Verbesserung von Prozessen, Einsparung von Kosten oder Generierung von Erlöspotentialen. Diese werden von einem interdisziplinären Team aus Geschäftsführer:innen, Vertreter:innen der Personalabteilung und des Betriebsrats sowie den jeweiligen Fachverantwortlichen bewertet.

Ideen können vom „KOLIBRI Up!“-Team auch finanziell belohnt werden. Im Jahr 2022 sind insgesamt 193 Vorschläge in den Unternehmen der KOLIBRI Gruppe eingegangen und von den Ideenmanager:innen bewertet worden. Davon haben wir 24 Ideen mit durchschnittlich 100 Euro prämiert. Gleichzeitig hat der KOLIBRI-Vorstand drei Vorschläge als Top-Ideen der Unternehmensgruppe mit 500 Euro belohnt. Durch die wertvollen Vorschläge unserer Mitarbeitenden konnten wir über 100 Prozesse verbessern sowie Prozesskosten und weitere direkte Kosten im sechsstelligen Bereich senken oder vermeiden.



Corporate Compliance

2-23, 2-27, 205-1, 205-3, 206-1

Ein grundlegendes Prinzip der Unternehmenskultur der KOLIBRI Gruppe ist die strikte Einhaltung sämtlicher Gesetze und Vorschriften, die in den Ländern und Regionen gelten, in denen wir tätig sind. Dadurch setzen wir die Grundlage für ein verantwortungsvolles Handeln und stärken das Vertrauen zu unseren Stakeholdern und Partner:innen. Unser Engagement für die Einhaltung von Gesetzen erstreckt sich über sämtliche Gesellschaften und Unternehmensbereiche. Unsere hohen Standards haben im Jahr 2022 dazu geführt, dass es keine Verstöße gegen Gesetze oder Verordnungen gab, die geahndet wurden.

Damit dies auch in Zukunft so bleibt, setzt die KOLIBRI Gruppe auf ein Compliance-System. Wir betrachten Corporate Compliance als Leitungs- und Überwachungsfunktion, die auf die Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften sowie interner Unternehmensrichtlinien abzielt. Der KOLIBRI-Vorstand hat hierfür gemeinsame Grundsätze für verantwortungsvolles und gesetzeskonformes Verhalten durch verbindliche Regularien festgelegt, die in unserem Verhaltenskodex veröffentlicht sind. So wollen wir sicherstellen, dass alle Angehörigen der Unternehmensgruppe im Einklang mit der Unternehmenskultur handeln und ein sicheres, gleichberechtigtes und ethisches Umfeld gewährleistet wird. Basierend auf den bestehenden Regelungen wurde und wird das Verständnis von Corporate Compliance im Unternehmen durch regelmäßigen Austausch mit Führungskräften und Mitarbeitenden gefördert und im Rahmen des Unternehmenswachstums erneuert und modelliert. Zusätzlich tragen insbesondere externe Überprüfungen und Risikoanalysen sowie die nachhaltige Umsetzung erkannter Themen zur positiven Weiterentwicklung der Corporate Compliance bei.

Ein Compliance-Team, bestehend aus Mitgliedern der Rechts- und Nachhaltigkeitsabteilung sowie aus dem Vorstand, stellt sicher, dass die internen Richtlinien und Verfahren eingehalten werden. Im Falle von Verstößen oder Verdachtsmomenten für Verstöße leitet das Compliance-Team Untersuchungen ein und ergreift geeignete Maßnahmen, um die Situation zu klären und gegebenenfalls Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Das Team dient als Anlaufstelle für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte, die Fragen zur Compliance haben, und bietet Beratung und Unterstützung bei der Umsetzung von Compliance-Richtlinien.

Code of Conduct

Um ein verantwortungsvolles Handeln sämtlicher Mitarbeiter:innen sicherzustellen, hat die KOLIBRI Gruppe in ihrem Code of Conduct verschiedene Grundsätze und Handlungsweisen festgelegt. Wir stellen den Verhaltenskodex allen Beschäftigten in deutscher, englischer und polnischer Sprache über eine Mitarbeitenden-App zur Verfügung. Derzeit arbeiten der

CSR-Steuerkreis, das Compliance-Team und die Rechtsabteilung interdisziplinär an der Überarbeitung des Verhaltenskodex.

Der Code of Conduct gilt für alle Unternehmen von KOLIBRI und damit weltweit gleichermaßen für Mitglieder des Vorstandes, Mitglieder eines Verwaltungsrates, Geschäftsführer:innen, Führungskräfte sowie alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Er kommt ebenso zur Anwendung für Berater:innen und Personen, die den Mitarbeitenden funktional gleichwertig eingesetzt werden, wie zum Beispiel Leiharbeitnehmer:innen. Bei der Umsetzung des Code of Conduct hat jede Landesgesellschaft der KOLIBRI Gruppe auf die in ihrem Land geltenden Gesetze sowie in diesem Rahmen auch kulturelle Gepflogenheiten zu achten. Der Code of Conduct ist dynamisch, er verschließt sich nicht gegenüber neuen Verhaltensnormen. Neben dem Wandel von verbindlichen Rechtsnormen können die Verhaltensanforderungen durch Richtlinien konkretisiert werden.

Es ist die Verantwortung jedes Einzelnen, sich ethisch und rechtlich einwandfrei zu verhalten. Dabei sind die KOLIBRI-Führungskräfte besonders verpflichtet, diesen Anspruch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern glaubhaft vorzuleben und damit Vorbild zu sein.

Der Code of Conduct beinhaltet unter anderem Vorgaben zum Verhalten im geschäftlichen Umfeld. Darunter fallen beispielsweise die Einhaltung von Gesetzen und interne Richtlinien, die Vermeidung von Interessenkonflikten, der Umgang mit Geschäftspartner:innen und Dritten, die Regeln eines fairen Wettbewerbs sowie die Beachtung von Produktkonformität und -sicherheit. Darüber hinaus regelt der Code of Conduct das Verhalten am Arbeitsplatz. Wesentliche Themen sind hier Antidiskriminierung, Arbeitssicherheit, Brand-, Gesundheits- und Umweltschutz. Weitere Inhalte sind das Verhalten als Mitglied der Gesellschaft (unter anderem Regelungen zu Menschenrechte, soziale Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz) sowie der Umgang mit Unternehmenseigentum und Informationen.

Um das Bewusstsein für unseren Code of Conduct zu stärken und dessen Einhaltung zu gewährleisten, werden die Mitarbeitenden von KOLIBRI regelmäßig über relevante Themen im Zusammenhang mit dem Verhaltenskodex geschult. Dies erfolgt durch Präsenzschulungen oder auch über E-Learning-Methoden. Des Weiteren führt KOLIBRI regelmäßig spezielle Vertiefungsschulungen zu ausgewählten Themenfeldern (z.B. zum Thema Kartellrecht, Korruptionsbekämpfung, Arbeitssicherheit, Datenschutz etc.) in Arbeitsbereichen erhöhter Gefährdung durch.

Gesetze, Richtlinien oder auch Verordnungen sind oftmals schwer verständlich. Auch die Beachtung länderübergreifender rechtlicher Bestimmungen macht es nicht einfacher, jegliches Verhalten stets rechtskonform zu beurteilen. Bei Unsicherheit steht daher allen Beschäftigten der Vorgesetzte oder auch das Compliance-Team zur Verfügung.

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ist verantwortlich, einen Verstoß oder Verdacht auf einen Verstoß gegen Rechtsvorschriften, Geschäftsgrundsätze oder interne Richtlinien zu melden. Hinweisgebern entstehen aufgrund des nach bestem Wissen und Gewissen

gegebenen Hinweises keine Nachteile, sofern sie nicht selbst gegen geltende Gesetze oder Richtlinien verstoßen haben. Alle Mitarbeitenden haben das Recht, gegenüber der Führungskraft auf Umstände hinzuweisen, die auf einen Verstoß gegen die im Code of Conduct enthaltenen Regelungen schließen lassen. Kommt dieser Weg nicht in Betracht, können Hinweise auf Fehlverhalten postalisch, telefonisch oder E-Mail gegeben werden. Dies ist – insbesondere bei schweren Verstößen und möglichen Straftaten oder Hinweisen zu Verstößen gegen Finanzberichterstattung und Abschlussprüfung – auch anonym möglich, sollte jedoch nur in Ausnahmefällen erfolgen, falls schwerwiegende persönliche, arbeitsrechtliche oder soziale Nachteile befürchtet werden. Die gemachten Angaben werden streng vertraulich von zur Verschwiegenheit verpflichteten Personen recherchiert und überprüft – soweit erforderlich, werden Abhilfemaßnahmen durch KOLIBRI ergriffen.

Antikorruption

Auch hinsichtlich der Bekämpfung von Korruption hat die KOLIBRI Gruppe klare Richtlinien, die wir in unserem Code of Conduct verankert haben. Der Verhaltenskodex regelt unter anderem das Anbieten und Gewähren sowie das Fordern und Annehmen von Vorteilen im geschäftlichen Kontext. In Zweifelsfällen können sich unsere Beschäftigten an ihre Vorgesetzten wenden.

Mitarbeitende dürfen Dritten weder im Inland noch im Ausland unberechtigte Vorteile anbieten oder gewähren, sei es in Form von Geldzahlungen oder anderen Leistungen. Werbegeschenke an Beschäftigte von Geschäftspartner:innen müssen sorgfältig ausgewählt werden, um jeden Anschein von Unredlichkeit zu vermeiden. Geschenke und Leistungen an Mitarbeitende der öffentlichen Verwaltung und Amtsträger sind untersagt.

Beschäftigte der KOLIBRI Gruppe dürfen ihre dienstliche Position nicht nutzen, um Vorteile zu fordern, anzunehmen oder zu erhalten. Ausgenommen sind symbolhafte und geringwertige Werbegeschenke bis zu 40 Euro. Einladungen zu Geschäftsessen dürfen nur angenommen werden, sofern sie sich in einem jeweils angemessenen Rahmen bewegen. Andere Geschenke sowie Barzahlungen, Schecks oder Ähnliches sind abzulehnen oder zurückzugeben. Sollten einem Mitarbeitenden unerlaubte Vorteile angeboten, versprochen oder gewährt werden, ist die Führungskraft oder das Compliance-Team zu informieren.

Die KOLIBRI Gruppe verzeichnete im Jahr 2022 weder intern noch extern dokumentierte Korruptionsvorfälle. Eine explizite Prüfung unserer Betriebsstätten auf Korruptionsrisiken fand nicht statt.

Verhindern von wettbewerbswidrigem Verhalten



In unserem Code of Conduct haben wir darüber hinaus Grundsätze und Verpflichtungen in Bezug auf Kartell- und Wettbewerbsrecht, das Verbot von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung sowie die Produktkonformität und -sicherheit festgelegt.

Die KOLIBRI Gruppe und alle Mitarbeitende verpflichten sich dazu, die Regeln des fairen Wettbewerbs zu achten und im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften einzuhalten. Unzulässig und daher von allen Beschäftigten zu vermeiden sind insbesondere Preisabsprachen, Absprachen über Marktanteile, Aufteilung regionaler Märkte und Preisbindungen. Bei allen Kontakten mit Wettbewerbern sind Gespräche über vertrauliche oder wettbewerbsrelevante Inhalte, wie zum Beispiel Preisbestandteile, Marktstrategien und Beteiligungsstrategien, zu vermeiden. Die Marktstellung des Unternehmens darf nicht rechtswidrig ausgenutzt werden, um zum Beispiel Preisdiskriminierungen, Lieferung nicht angefragter Produkte oder die Verweigerung einer Lieferung durchzusetzen.

Wir bekennen uns nachdrücklich dazu, alle Gesetze zur Verhinderung, Aufdeckung und Meldung von Geldwäscheaktivitäten und Terrorismusfinanzierung zu befolgen. Die KOLIBRI Gruppe wickelt Geschäftsbeziehungen nur mit Kund:innen und Geschäftspartner:innen ab, die eine legitime Geschäftstätigkeit ausüben und legitime Finanzmittel einsetzen. Jeder Mitarbeitende ist aufgefordert, ungewöhnliche finanzielle Transaktionen, insbesondere unter Einschluss von Barmitteln, die einen Geldwäscheverdacht begründen können, im Zweifel durch die zuständige Finanzabteilung beziehungsweise den Bereich Compliance und Recht prüfen zu lassen.

Darüber hinaus steht die KOLIBRI Gruppe in der Verantwortung, die aus dem Umgang mit unternehmenseigenen Produkten und Services resultierenden Risiken, Nachteile und Gefahren für Gesundheit, Sicherheit, Umwelt und Vermögen unserer Kund:innen oder Dritter so weit wie möglich auszuschließen. Es ist deshalb nicht nur unsere Verpflichtung, sondern auch unser Anspruch, die für unsere Produkte geltenden gesetzlichen und behördlichen Vorschriften sowie internen Standards einzuhalten. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass bei möglicherweise auftretenden Abweichungen geeignete Maßnahmen rechtzeitig eingeleitet werden können.

Im Jahr 2022 gab es keine Verstöße gegen das Kartell- und Markenrecht und keine Gerichtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten.

Datenschutz

3-1, 3-2, 418-1

Als verantwortungsbewusstes Unternehmen nimmt die KOLIBRI Gruppe den Datenschutz sehr ernst. Wir sind uns bewusst, dass der verantwortungsvolle Umgang mit sensiblen Informationen das Vertrauen unserer Kund:innen stärkt und die Grundlage für langfristige und nachhaltige Beziehungen bildet. Datensicherheit ist für uns kein statisches Thema, sondern ein dynamischer Prozess, der kontinuierliches Engagement erfordert.

Im Jahr 2022 haben wir unsere Datenschutzorganisation neu aufgestellt mit dem Ziel, ein einheitliches Datenschutzmanagement in allen Unternehmen einzuführen. Primäre Zielsetzung sind aktuell die Vereinheitlichung der Datenschutzregelungen, die Aktualisierung aller Eintragungen im Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten und eine einheitliche Vorgehensweise im Bereich der Informationspflichten nach Artikel 13/14 DSGVO (Informationspflicht bei Erhebung von personenbezogenen Daten). Weitere Maßnahmen waren der Aufbau einer Datenschutzorganisation mit dem gruppenweiten Datenschutz-Steuerungsteam und lokalen Datenschutzkoordinatoren.

Dem Datenschutz-Steuerungsteam der KOLIBRI Gruppe gehören unter anderem ein Mitglied des Vorstandes, der Datenschutzbeauftragte der Unternehmensgruppe, der Datenschutzkoordinator der Unternehmensgruppe sowie Vertreter der Rechtsabteilung an. Um einheitliche Vorgaben für alle Gesellschaften zu schaffen, werden sämtliche Elemente des Datenschutzmanagementsystems (DSMS), insbesondere Arbeitsanweisungen, Formulare und Hilfsmittel, von diesem Steuerungsteam erarbeitet und vom Vorstand beziehungsweise der Leitung der einzelnen Unternehmen angewiesen.

Die Verwaltung erfolgt aktuell über den Datenschutzbeauftragten und den Datenschutzkoordinator der KOLIBRI Gruppe. Die Datenschutzkoordinatoren der einzelnen Unternehmen sind dabei eingebunden. Unternehmensspezifische Elemente, insbesondere die Eintragungen im Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten oder die technischen und organisatorischen Maßnahmen, werden durch den jeweiligen Fachbereich gemeinsam mit den lokalen Datenschutzkoordinatoren der Gesellschaft dokumentiert und anschließend vom Datenschutzbeauftragten hinsichtlich der Datenschutzkonformität bewertet.

Aufgrund des aktuell laufenden Implementierungsprozesses informieren wir unsere Stakeholder verstärkt über das Verfahren. Ab 2023 werden auch die Schulungen für unsere Mitarbeitenden neu aufgesetzt. In diesem Rahmen ist geplant, dass alle Beschäftigten hinsichtlich der Verarbeitung personenbezogener Daten geschult werden. Der Rhythmus wird noch festgelegt. Ergänzend werden die Mitarbeitenden alle zwei Monate über einen Newsletter sowie die Datenschutzkoordinatoren über Audio-Podcasts zu aktuellen Themen informiert. Das Vorstandsmitglied im Datenschutz-Steuerungsteams unterrichtet gegebenenfalls die anderen Vorstände.

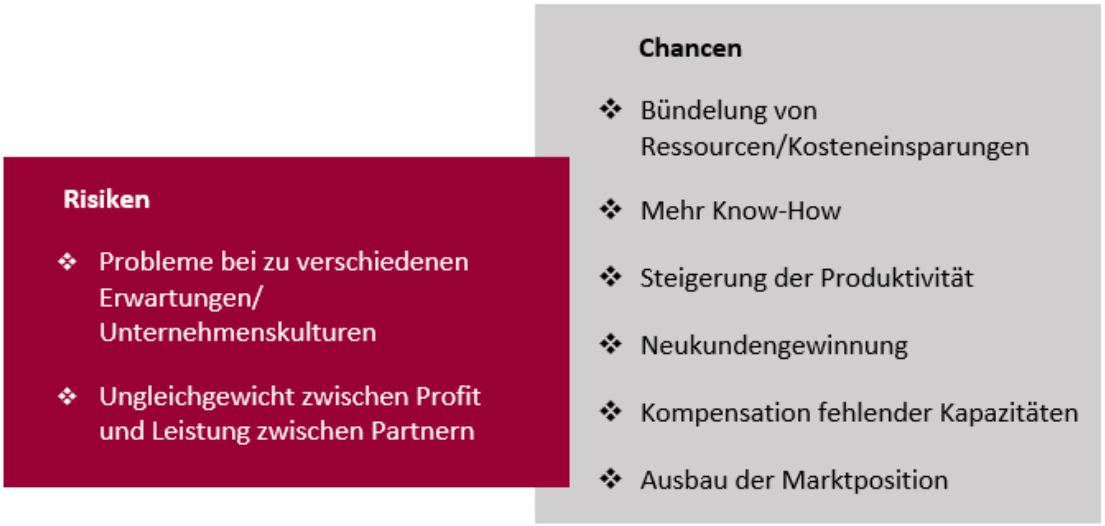
In der KOLIBRI Gruppe haben sich die hohen Standards hinsichtlich der Datensicherheit bewährt. Im Berichtsjahr 2022 gab es seitens der Aufsichtsbehörden oder anderen Stellen keine Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten.

Allerdings gab es im Berichtszeitraum einen Datenschutzvorfall bei einem Dienstleister, der zu einem Abfluss personenbezogener Daten führte. Der Dienstleister informierte die betroffenen Unternehmen der KOLIBRI Gruppe und es erfolgten regelmäßige Evaluierungen der Risikolage. Der Dienstleister meldete den Vorfall seiner zuständigen Aufsichtsbehörde, wie auch die betroffenen KOLIBRI-Unternehmen ihre zuständige Aufsichtsbehörde informierten. Ergänzend wurden die betroffenen Mitarbeitenden über die potentiellen Risiken informiert. Von Seiten der zuständigen Aufsichtsbehörden wurden die getroffenen Maßnahmen als ausreichend eingestuft und die Vorgänge nach Rückfragen geschlossen.

Partnerschaften

3-2, 2-28

Die KOLIBRI Gruppe beteiligt sich an Brancheninitiativen und fördert einige davon aktiv. Das Ziel dieser Ansätze mit mehreren Interessengruppen besteht darin, so viele Akteure wie möglich durch Zusammenarbeit und Austausch von Erfahrungen einzubeziehen und gemeinsam Ansätze für eine langfristig positive Entwicklung zu finden. Die Bewältigung zahlreicher Nachhaltigkeitsherausforderungen ist nur möglich, wenn alle Beteiligten zusammenarbeiten. Deswegen wollen wir Partnerschaften ausbauen und auch innerhalb der Unternehmensgruppe Synergien noch besser nutzen.



Ziel auf Gruppenebene:

Die KOLIBRI Gruppe möchte nach dem Prinzip „niemanden zurückzulassen“ („leave no one behind“, LNOB) ihr Partnernetzwerk ausbauen und noch mehr von Synergien innerhalb der Unternehmensgruppe profitieren.

Unsere Maßnahmen:

1. Gezielte Förderung von Kooperationen, die das Gemeinwohl fokussieren
Wir möchten Kooperationen, die einen klaren Fokus auf das Gemeinwohl legen, verstärkt unterstützen und fördern. Dies bedeutet, dass wir verstärkt mit Organisationen, Unternehmen und Initiativen zusammenarbeiten werden, deren Ziel es ist, einen positiven gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Wir werden die Entwicklung solcher Partnerschaften gezielt vorantreiben, um unsere Bemühungen für soziale Verantwortung und nachhaltiges Handeln zu stärken.

2. Mehr Netzwerkprogramme für die Gruppe und mit externen Akteuren
Wir werden unsere Anstrengungen zur Förderung von Netzwerkprogrammen intensivieren, sowohl innerhalb unserer Unternehmensgruppe als auch in Zusammenarbeit mit externen Akteuren. Ein herausragendes Beispiel hierfür ist unser Programm „KOLIBRI Talents", das junge Talente unterstützt und fördert. Ebenso werden wir das Ideenmanagement „KOLIBRI Up!" erweitern, um Ideenaustausch und Innovation zu fördern. Diese Netzwerkprogramme bieten die Möglichkeit, Wissen und Erfahrungen zu teilen, Synergien zu schaffen und gemeinsam an kreativen Lösungen zu arbeiten.

3. Netzwerk der Unternehmensgruppe für Lieferanten-Konditionen nutzen
Ein weiterer wichtiger Schritt, den wir unternehmen werden, ist die Nutzung unseres Unternehmensnetzwerks, um mögliche vorteilhafte Lieferanten-Konditionen zu verhandeln. Als Gruppe haben wir eine stärkere Verhandlungsposition gegenüber Lieferant:innen, und wir werden diese Position nutzen, um gemeinsame Vereinbarungen zu treffen, die für alle beteiligten Unternehmen von Vorteil sind. Ein konkretes Beispiel ist die laufende Verhandlung zwischen Sauter Feinmechanik und der HVT Haus- und Versorgungstechnik, bei der wir die Möglichkeit einer gemeinsamen Lieferantenbasis prüfen, um kosteneffiziente Lösungen zu erzielen und unsere Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Die KOLIBRI Gruppe diversifiziert ihr Unternehmensportfolio noch stärker als in der Vergangenheit. Dadurch reduzieren wir unterschiedliche Clusterrisiken wie das sektorale Konzentrationsrisiko und beachten den Grundsatz der Risikostreuung. KOLIBRI setzt auf weitere Diversifikation, die sich in der Corona-Pandemie im vergangenen Jahr und auch im Jahr 2022 als besondere Stärke erwiesen hat.

Initiativen im Medien & Logistikbereich

Industrie- und Handelskammer Nürnberg & Stuttgart

Die Partnerschaften mit den Industrie- und Handelskammern in Nürnberg und Stuttgart ermöglichen es der Zeitfracht Medien GmbH, von regionalen Wirtschaftsressourcen und branchenspezifischer Expertise zu profitieren. Diese Kammern bieten in der Regel Unterstützung in den Bereichen Geschäftsentwicklung, Bildung, Netzwerken und der Einhaltung von Handelsvorschriften.

Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V.

Als bedeutender Interessenverband der Buchbranche spielt der Börsenverein des deutschen Buchhandels eine wichtige Rolle bei der Förderung der Interessen von Verlagen und Buchhändlern. Die Partnerschaft mit diesem Verein ermöglicht es der Zeitfracht Medien GmbH, an branchenspezifischen Initiativen, Schulungen und Netzwerken teilzunehmen, um

ihre Position in der Buchbranche zu stärken und von branchenrelevanten Entwicklungen zu profitieren.

Bundesvereinigung Logistik e.V

Die Partnerschaft mit der Bundesvereinigung Logistik ermöglicht es der Zeitfracht Medien GmbH und der Zeitfracht Logistik GmbH, in der Logistikbranche präsent zu sein und von deren Ressourcen und Netzwerken zu profitieren. Dies kann die Teilnahme an Logistikprojekten und Schulungen sowie den Austausch von Best Practices umfassen.

Bundesverband Spedition und Logistik (DSLV)

Der DSLV unterstützt Spediteure und Logistikunternehmen in Deutschland und fördert ihre Interessen auf nationaler und internationaler Ebene. Diese Partnerschaft ermöglicht es der Zeitfracht Logistik GmbH, an Brancheninitiativen teilzunehmen und sich über aktuelle Entwicklungen in der Logistikbranche zu informieren.

WWF - World Wide Fund For Nature

Unsere beliebte Elektronik-Marke Speedlink arbeitet bereits seit 2009 mit dem WWF zusammen und unterstützt die Naturschutzorganisation bei ihren Projekten für den Schutz bedrohter Tierarten. Dafür bieten wir in unserem Sortiment die besonders umweltfreundliche Mauspad-Reihe TERRA an, bei der 50 Cent des Kaufpreises automatisch an die Umweltschutzorganisation gehen.

Seit September 2022 bietet Speedlink mit dem TERRA WWF Soft Gaming Mousepad zusätzlich ein nachhaltiges, aus recycelten Materialien hergestelltes Mauspad für Gaming-Fans an.

Fairness im Handel

Diese Initiative steht für die gegenseitige Rücksichtnahme und eine offene Kommunikation innerhalb der starken Gemeinschaft der teilnehmenden Händler. Die Initiative der IT-recht Kanzlei und eRecht24 verfolgt das Ziel eines abmahnfreien Onlinehandels. Ziel der Initiative ist es, dass erkannte Rechtsverletzungen im Wettbewerbsrecht, aber auch im Urheber- und Markenrecht schnell und mit dem geringstmöglichen Aufwand beseitigt werden.

Weitere Zusammenarbeit der Zeitfracht Medien GmbH erfolgt mit **Creditreform Stuttgart,** der **Deutschen ORACLE-Anwendergruppe (DOAG)**, dem **Bitkom e.V.** und dem **Gaming-Aid e.V.**

Weitere Zusammenarbeit der Zeitfracht Logistik GmbH erfolgt mit der **Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen (LEG),** dem **Logistik Netz Berlin-Brandenburg (LNBB)**, der **Landesverband Metall-, Elektroindustrie und industrienaher Dienstleistungen Sachsen-Anhalt e.V. (LVME)** und der **Wirtschaftsförderung Berlin-Brandenburg (WFBB).**

Diese Partnerschaften zielen auf die Förderung von Logistikprojekten in der Region und auf den Wissensaustausch in der gesamten Branche ab.

Initiativen im Retailbereich

Enge Zusammenarbeit mit Bündnis für nachhaltige Textilien

Als Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien verpflichtet sich die Adler Modemärkte GmbH, Geschäftspraktiken in der Textil-Lieferkette sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltiger zu gestalten. Dazu wird eine transparente Lieferkette gefördert, um sicherzustellen, dass die Arbeitnehmer fair behandelt und Umweltauswirkungen minimiert werden. Zusammen arbeiten wir daran, die Qualität und Nachhaltigkeit von Textilprodukten zu verbessern und umweltverträgliche und ressourceneffiziente Fertigungsprozesse zu fördern. Regelmäßig wollen wir in diesem Format über Fortschritte in Bezug auf die Nachhaltigkeitsziele berichten und die Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedern des Bündnisses und anderen Akteuren in der Textilindustrie fördern.

Better Cotton Initiative

Als Mitglied der Better Cotton Initiative (BCI) stellen wir sicher, dass in der Baumwoll-Lieferkette von Adler nachhaltige Praktiken angewendet werden. Wir verpflichten uns dazu, Baumwolle nach den BCI-Standards anzubauen, um Umweltauswirkungen zu minimieren und die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette zu verbessern. Ein weiteres Ziel ist, dass auch alle Geschäftspartner:innen die BCI-Prinzipien respektieren und eine bessere Baumwolle fördern. Durch die Umsetzung dieser Praktiken können wir als BCI-Mitglied einen positiven Einfluss auf die Umwelt und die Lebensbedingungen der Baumwollbauern und deren Familien haben.

Amfori Business Social Compliance Initiative

Als Mitglied der Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) stellt Adler sicher, dass in der Lieferkette soziale und ethische Standards eingehalten werden, indem die BSCI-Verhaltensregeln befolgt und Geschäftspartner:innen zur Einhaltung aufgefordert werden. Wir verpflichten uns, kontinuierlich an der Verbesserung der Bedingungen zu arbeiten, regelmäßige Audits durchzuführen und eng mit Geschäftspartner:innen zusammenzuarbeiten, um soziale und ökologische Bedingungen in der Lieferkette zu verbessern.

Außerdem arbeiten die KOLIBRI-Gesellschaften im Einzelhandelsbereich eng mit dem **Handelsverband Deutschland (HDE)** und der **Industrie- und Handelskammer** zusammen, um Branchenkenntnisse zu teilen und sich an branchenweiten Initiativen zu beteiligen.

Weitere Zusammenarbeit der Adler Modemärkte GmbH erfolgt mit dem **Gewerbeverein Güstrow e.V., Cityring Lünen e.V., Meine Stadt Bad Kreuznach, Marketing Innenstadt e.V. Remscheid, Korbacher Hanse e.V., ISU e.V.** und dem **Gewerbeverein Mömlingen e.V.** Mit diesen Partnerschaften möchte Adler insbesondere lokale Geschäftsinteressen und den regionalen Einzelhandel unterstützen, die Wirtschaftsentwicklung einzelner Regionen fördern und auch gemeinnützige oder soziale Projekte der Region vorantreiben.

Weitere Zusammenarbeit der BuchPartner GmbH erfolgt mit der **Handwerkskammer Darmstadt**, dem **Börsenverein des deutschen Buchhandels** und der **Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW)**. So ist es auch der BuchPartner GmbH möglich, an branchenspezifischen Initiativen, Schulungen und Netzwerkmöglichkeiten teilzunehmen, um die Position der BuchPartner GmbH in der Buchbranche zu stärken.

Initiativen im Industrie- und Dienstleistungssektor

Handwerkskammer/Handwerkskammer Potsdam

Die Partnerschaften zwischen den Handwerkskammern und unseren Unternehmen des Industrie- und Dienstleistungssektors sind darauf ausgerichtet, die Interessen des Handwerkssektors zu fördern und die Zusammenarbeit zwischen Handwerksbetrieben zu stärken. Dies kann Schulungs- und Bildungsprogramme für Handwerker, Informationen zu rechtlichen und regulatorischen Anforderungen sowie die Förderung der handwerklichen Berufe umfassen.

Berufsgenossenschaft Holz & Metall (BGHM)

Diese Partnerschaft ermöglicht es der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH, Schulungen und Ressourcen zur Unfallvermeidung und Gesundheitsförderung zu nutzen.

Bildungskooperation in Baden e.V.

Diese Kooperation fördert Bildungsprojekte und -initiativen in der Region Baden, um die Qualifikationen und Fähigkeiten von Arbeitskräften in der Branche zu verbessern.

Deutsche Gesellschaft für Qualität

Die Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Qualität zeigt das Interesse der Sauter Feinmechanik GmbH an Qualitätsmanagement und -verbesserung. Diese Partnerschaft zielt auf den Austausch von Best Practices, Schulungen und Zertifizierungen im Bereich Qualitätsmanagement ab.

Weitere Zusammenarbeit der HVT Haus- und Versorgungstechnik GmbH erfolgt mit der **Elektro-Innung Potsdam.**

Weitere Zusammenarbeit der Sauter Feinmechanik GmbH erfolgt mit der **Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM).**

Lieferantenmanagement

2-6, 3-2, 204-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2

Durch die steigende Bedeutung des Einzelhandels für die KOLIBRI Gruppe ist es uns besonders wichtig, dass unsere Lieferant:innen ethische und nachhaltige Praktiken einhalten. Eine Auseinandersetzung mit der Herkunft von Produkten ist für viele Verbraucher:innen mittlerweile selbstverständlich. Die Konsequenzen der Covid-19-Pandemie haben uns mehr denn je gezeigt, dass die regionale Herkunft von Produkten eine fundamentale Rolle spielt. Die Einhaltung der GRI-Richtlinien für Beschaffungspraktiken ist ein wichtiger Schritt für den Einzelhandelsbereich der KOLIBRI Gruppe, um sicherzustellen, dass unsere Lieferkette ethisch und nachhaltig ist und das Unternehmen seine Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt erfüllt.

Diese Ziele sollen durch den Einsatz von Nachhaltigkeitskriterien bei der Lieferantenbewertung und -auswahl, die Integration von Nachhaltigkeitsstandards in Verträgen und Vereinbarungen und die Überwachung der Lieferantenleistung erreicht werden. Auch die Dokumentation und Kommunikation zur Herkunft der gelieferten Waren und Materialien sind für uns wichtige Werkzeuge auf dem Weg zu mehr Transparenz in der Lieferkette. Die KOLIBRI Gruppe möchte außerdem die Umweltverträglichkeit der Beschaffungspraktiken erhöhen, indem wir nachhaltige Beschaffungsmethoden anwenden, wie zum Beispiel den Einsatz von Recyclingmaterialien und umweltfreundlichen Produkten, die Reduzierung des Verpackungsmülls und die Überwachung der Umweltauswirkungen der Beschaffungstätigkeiten.

Ein regionales Sortiment stärkt Betriebe aus dem Umland – und damit auch die unmittelbare Umgebung der Verbraucher:innen. Gleichzeitig können kurze Transportwege und die Saisonalität für einen geringeren ökologischen Fußabdruck sorgen. Die aktuelle Wesentlichkeitsanalyse für unser Retail-Segment hat gezeigt, dass die Relevanz dieses Themas in den durch die Corona-Pandemie beeinflussten Jahren noch einmal gestiegen ist.

ADLER

Die Gesellschaft hat in ihren AGB verschiedene Kriterien für ihre Beschaffungspraktiken und die Auswahl der Lieferant:innen festgelegt. Es fordert von den Lieferant:innen die Einhaltung verschiedener Vorgaben wie der ILO Kernarbeitsnormen sowie Konformität zur EU-Chemikalienverordnung REACH, zur Zertifizierung Ökotex 100 und zur ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Außerdem sind Kinder- und Zwangsarbeit ausdrücklich verboten und die gesetzlichen Bestimmungen des Produktions- und Bestimmungslandes müssen eingehalten werden. Für alle Produktionsstätten in Risikoländern ist ein gültiges Social Audit erforderlich und der Code of Conduct des Unternehmens muss befolgt werden. In der Beschaffung achtet die Adler Modemärkte GmbH nicht nur auf den Einkaufspreis und

die Qualität der Produkte, sondern auch auf den Anteil nachhaltiger Fasern, den sie jedes Jahr erreichen möchte.

Um die Quelle, Herkunft und Produktionsbedingungen der erworbenen Rohmaterialien und Produktionsmittel nachzuverfolgen, müssen alle Lieferant:innen ihre Produktionsstätten im Managementsystem OSCA VCM melden. Lieferant:innen aus Risikoländern müssen ein gültiges Social Audit vorlegen. Lieferant:innen aus Nicht-Risikoländern benötigen dies nicht, da sie höhere gesetzliche Richtlinien einhalten müssen.

Adler unterhält stabile Beziehungen zu den Lieferant:innen und eine enge Zusammenarbeit mit Agenturen. Nach dem Ende der Pandemie hat sich die Lieferkette stabilisiert, und es treten keine gravierenden Engpässe mehr auf. Die Bestellprozesse laufen routiniert und reibungslos. Für die Zukunft strebt das Unternehmen an, mehr Transparenz in Bezug auf die Einkaufspreise zu schaffen.

Neben der konventionellen Baumwolle gewinnen auch nachhaltige Qualitäten stärker an Bedeutung. Bei der Adler Modemärkte GmbH lag der Anteil nachhaltiger Fasern im Jahr 2022 bei 15,35 %. Wir verwenden hier derzeit drei verschiedene Standards: Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Content Standard (OCS) und Better Cotton Initiative (BCI). Trotz der geringeren Menge an Baumwolle konnte der Anteil nachhaltiger Baumwolle wieder leicht verbessert werden.

Nachhaltige Fasern	GOTS	OCS	BCI	Fairtrade
Gewicht in kg	148,995	26,650	145,408	0
Anteil in %	7,12	1,27	6,95	0

BUCHPARTNER
KOMPETENZ AM MARKT

Da es nur eine begrenzte Anzahl an Verlagen gibt, wird eine Selektion aufgrund von Top-Sellern und allgemeiner Beliebtheit vorgenommen. Die Strategie ist darauf ausgerichtet, dass die Konditionen der Lieferant:innen stimmen, damit sich eine Weitergabe an die Kund:innen lohnt. In den AGB und Lieferbedingungen werden auch Vorgaben wie beispielsweise die FSC-Zertifizierung (Forest Stewardship Council) berücksichtigt. Unsere Lieferant:innen sind zu 100 % deutsche Verlage.

Um die Quelle, Herkunft und Produktionsbedingungen nachverfolgen zu können, setzt das Unternehmen unter anderem auf die FSC-Zertifizierung. Zudem können Kund:innen Vorschläge machen, die gegebenenfalls in die AGB aufgenommen und entsprechend beachtet werden.

Die Auswirkungen auf die Lieferkette wurden durch die Covid-19-Pandemie deutlich spürbar. Buchhandlungen mussten schließen, gleichzeitig stieg der Verkauf von Büchern im Lebensmitteleinzelhandel an. Einige Verlage gerieten in Insolvenz, wodurch keine Waren retourniert werden konnten, was finanzielle Verluste einbrachte.

Dennoch gibt es in der Lieferkette weiterhin einige Zeitverluste. Probleme entstehen durch ausbleibende Papierlieferungen, die wiederum zu verzögerten Buchlieferungen führen, insbesondere bei Büchern, die in Asien produziert werden. Zusätzlich gab es Schwierigkeiten mit Kund:innen, wenn die Buchausgabe nicht termingerecht erfolgte. Teilweise wurden Bücher nicht ausreichend nachproduziert, obwohl eine höhere Menge geplant war, was zu Unzufriedenheit bei den Kund:innen führte.

Die Bestell- und Bezahlprozesse verlaufen größtenteils reibungslos. Es existieren feste Konditionen und Zahlungsbedingungen und wir achten stets auf faire Einkaufspreise, indem mit vielen Lieferant:innen feste Konditionen vereinbart werden. Wenn diese nicht vorhanden sind, wird der Einkaufspreis durch Verhandlungen ermittelt.

ZEITFRACHT GMBH

Für die Bücherabteilung der Zeitfracht Medien GmbH in Stuttgart und Erfurt ist aufgrund ihrer besonderen Stellung als Markt- und Innovationsführer im deutschen Buch- und Mediengroßhandel nicht allein der Preis das ausschlaggebende Kriterium bei der Beschaffung. Wir nehmen hier eine Versorgungsfunktion ein. Die Verlage müssen sich an bestimmte rechtliche Rahmenbedingungen halten, rechtsradikale Verlage werden beispielsweise von vornherein ausgeschlossen. Um als Lieferant in Betracht gezogen zu werden, müssen weitere Kriterien erfüllt werden, wie etwa laufende Neuerscheinungen und mindestens fünf Titel im Portfolio. Etwa 90 % unserer Lieferant:innen stammen aus Deutschland, der Rest kommt aus dem Ausland.

Die Zeitfracht Medien GmbH legt Wert darauf, langfristige und stabile Beziehungen zu ihren Lieferant:innen aufzubauen. Die Bestell- und Bezahlprozesse laufen reibungslos, was zu einer effizienten Zusammenarbeit beiträgt. Die Einkaufspreise werden so gestaltet, dass beide Seiten einen Mehrwert aus der Partnerschaft ziehen können. Die Vertragsbeziehungen werden fair und vorteilhaft für beide Seiten gestaltet. Allerdings kommt es bei Importware durch den Austritt Englands aus der EU zu verlängerten Lieferzeiten.

Auch Nachhaltigkeitsaspekte werden in die Beschaffungspraktiken mit einbezogen. Verlagskund:innen wird langfristig das bedarfsgerechte Drucken (Print-on-Demand, PoD) angeboten. Dies ermöglicht es, Transportwege einzusparen und

Transportvolumen zu bündeln und auf diese Weise die Effizienz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette weiter zu verbessern.

Bei der Print- und Medienabteilung der Zeitfracht Medien GmbH sind etwa die Hälfte der Lieferant:innen aus Deutschland, der Rest kommt aus anderen EU-Ländern. Mit 80 % macht Papier den größten Anteil am Beschaffungsvolumen aus, hier kommt etwa 60 % aus Deutschland. Materialien für die Druckveredelung sowie Hilfsstoffe und Sonstiges kommen komplett von Lieferant:innen aus der EU.

Bei Papier verwenden wir zu etwa 16 % Recyclingpapier. Bei den Druckplatten wird das Trägermaterial Aluminium wiederverwendet. Besonders umweltschonende Farben haben wir nicht im Einsatz, im Vergleich zu früheren Druckprozessen sind die Farben jedoch bereits auf Wasserbasis. Die Farben werden professionell über Entsorgungsfirmen entsorgt. Um die Herkunft der Produktionsmittel nachzuverfolgen, werden Datenblätter der Produkte verwendet, teilweise gibt es Veröffentlichungen über die Herstellungsprozesse. Besonders bei den Farben existieren Sicherheitsrichtlinien, um die Sicherheit der Mitarbeitenden zu gewährleisten.

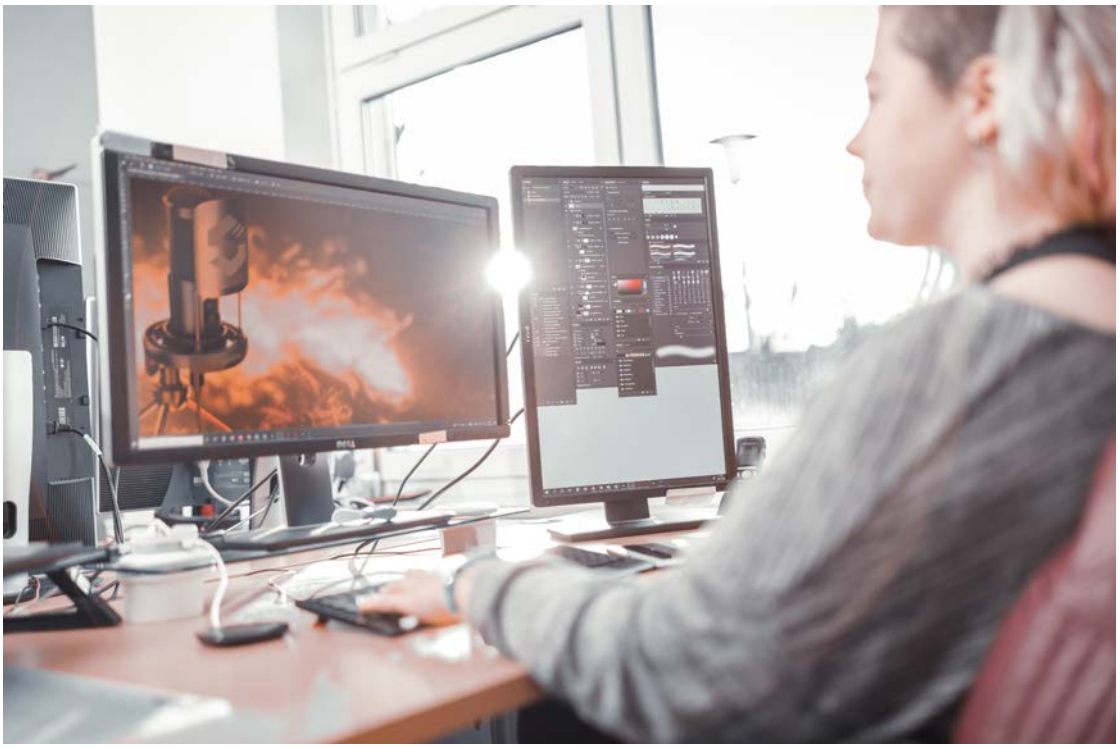
Da die Anzahl der Lieferant:innen beschränkt ist, entscheiden bei mehreren potenziellen Lieferant:innen die Verfügbarkeit und der Preis. Sofern möglich und wirtschaftlich vertretbar, werden regionale Anbieter bevorzugt gewählt, um Reaktionszeiten, Beschaffungswege und ökologische Belastungen zu minimieren. Aktuell versuchen wir, auch auf Kundenseite mehr Recyclingpapier einzusetzen beziehungsweise die Kund:innen zu einer Umstellung zu bewegen. In Bezug auf faire Einkaufspreise werden regelmäßige Preisabfragen durchgeführt, und bei einer großen, regelmäßigen Abnahme wird mit den Lieferant:innen über Objektpreise verhandelt. Alle möglichen Lieferant:innen werden in den Beschaffungsprozess einbezogen, um wettbewerbsfähige Preise zu gewährleisten. Insgesamt pflegt das Unternehmen stabile Lieferantenbeziehungen.

Durch die Covid-19-Pandemie kam es auch bei der Print- und Medienabteilung der Zeitfracht Medien GmbH zu einigen Herausforderungen in der Lieferkette. Es kam zu Versorgungsengpässen aufgrund von Insolvenzen, einem knappen Papiermarkt und Streiks.

Elektronikeinzelhandel der Zeitfracht Medien GmbH

Ein Großteil der elektronischen Erzeugnisse der Zeitfracht Medien GmbH wird im asiatischen Raum hergestellt. Die Geschäftsbeziehungen bestehen aber fast immer mit Gesellschaften, die in Deutschland oder Europa ansässig sind. Etwa 38,33 % der Erzeugnisse werden von deutschen Lieferant:innen bezogen, während weitere 30,53 % von Lieferant:innen in Hongkong stammen.

In die Beschaffungspraktiken fließen verschiedene Maßnahmen ein. Beim Einkauf von Waren wird geprüft, ob der Lieferant beispielsweise Elektroschrott-Verordnungen einhält. In den Verträgen wird auf gesetzliche Chemie- und Abfallvorschriften verwiesen, wie die EU-Richtlinie 2019/771/EU. Eine wichtige Rolle spielt auch das Qualitätslevel der Produkte. Zudem stellen einige Kund:innen Anforderungen an die Beschaffungsstrategien, zum Beispiel wird ein BSCI-Report verlangt. Wir versuchen auch, mit Hersteller:innen Konsignationslager zu vereinbaren, wodurch Produkte in unserer Nähe gelagert werden können. Grundsätzlich streben wir Lieferungen frei Haus an, um die logistische Abwicklung zu optimieren.



Die Elektronikabteilung der Zeitfracht Medien GmbH stellt auch in Bezug auf Produkt- und abfallbezogene Verpflichtungen hohe Anforderungen an ihre Lieferant:innen. Diese müssen garantieren, dass ihre Produkte und Verpackungen allen gesetzlichen Vorschriften im Europäischen Wirtschaftsraum entsprechen, einschließlich Richtlinien wie der ROHS-Richtlinie, WEEE-Richtlinie und Verpackungsrichtlinie. Die Lieferant:innen verpflichten sich auch, alle produktbezogenen Abfallvorschriften einzuhalten und entsprechende Nachweise zu erbringen.

Viele Produkte bestehen aus Plastik- und Elektrokomponenten. Da wir jedoch fertige Erzeugnisse erhalten, können nachhaltigkeitsbezogene Aspekte der Einzelkomponenten nicht immer geprüft werden. Wir achten bei unseren Beschaffungsvorgängen aber verstärkt auf Nachhaltigkeit. Es werden vermehrt Produkte ausgewählt, die nachhaltig hergestellt werden. Beispiele sind ein Wassersprudler, der teilweise aus recyceltem Plastik besteht oder Ladekabel, bei

denen die Verpackung kein Plastik enthält und das Kabel ebenfalls zu 40 % aus Recycling-Plastik hergestellt wurde.

In den vergangenen Jahren hat die Covid-19-Pandemie auch im Elektronikbereich der Zeitfracht Medien GmbH zu Schwierigkeiten geführt. So kam es zu Unpünktlichkeiten bei den Lieferungen seitens einiger Lieferant:innen. Zudem führten Schwankungen in der Lieferkette, wie beispielsweise ein feststeckendes Schiff im Suezkanal, zu Herausforderungen. Im Allgemeinen verlaufen die Bestellprozesse reibungslos, jedoch kann die Entscheidungsfindung, insbesondere bei neuen Produkten, langwierig sein. Die Bezahlprozesse bei Lieferant:innen sind grundsätzlich vorhanden, verlaufen aber nicht immer reibungslos.

Unsere Eigenmarke Speedlink



Speedlink bezieht ihre Produkte ausschließlich aus China. Um die Einhaltung der erforderlichen Qualitätsstandards sicherzustellen, müssen Lieferant:innen verschiedene Prüfungen durchlaufen. Beispielsweise wird eine Social Responsibility Zertifizierung (BSCI/SA8000 oder gemäß eigenem Factory Audit) geprüft. Vor der Erstbestellung gibt es einen Check von ISO 9001 und/oder Factory Audit. Des Weiteren wird geprüft, ob es sich um Fabriken oder Händler:innen handelt. Eine Rolle bei der Bewertung der Lieferant:innen spielen außerdem der Preis, das Qualitätslevel der Produkte, der Umfang des Sortiments und die Erfahrung mit europäischen Kund:innen.

Wir kaufen keine Rohmaterialien und Produktionsmittel ein, sondern fertige Produkte. Hier achten wir darauf, dass bei den Produktverpackungen teilweise FSC-Standards eingehalten werden und die EU-Konformitätsstandards, einschließlich REACH und ROHS (Restriction of Hazardous Substances), beachtet werden. Vor der Verschiffung jeder Lieferung wird zudem eine Pre-Shipment-Inspektion durchgeführt, um die Produktionsbedingungen zu überwachen. Da wir unsere Produkte komplett aus China beziehen, haben wir in Taipeh ein Sourcing-Office. Dadurch wird eine reibungslose Bestell- und Lieferabwicklung ermöglicht.

In den letzten Jahren hatten wir mit einigen Herausforderungen zu kämpfen. Durch die Corona-Pandemie kam es zu Versorgungsengpässen, die sogar zur Insolvenz einiger Lieferant:innen führten. Dennoch verursachte dies keinen finanziellen Verlust oder Imageschaden für die Speedlink GmbH, da es sich um externe Probleme

handelte und die Lieferant:innen keine Zahlungen erhielten. Die meisten Lieferantenbeziehungen sind stabil, mit über 80 % unserer Lieferant:innen arbeiten wir bereits seit über fünf Jahren zusammen.

Soziale Bewertung von Lieferanten

Die Unternehmen der KOLIBRI Gruppe beziehen eine Vielzahl von Produkten und Produktbestandteilen über Lieferketten, die sich über mehrere Länder erstrecken können. Insbesondere in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung im Retailbereich unserer Modekette Adler liegt ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Sie stehen daher im Fokus der KOLIBRI Gruppe. Zusammen mit Geschäftspartner:innen und Lieferant:innen sind bereits verbindliche Standards für die gemeinsamen Lieferketten implementiert. Ein besonderes Ziel, das wir verfolgen, ist die Förderung des Dialogs zwischen allen Partner:innen.

Nachfolgend gibt es weitere Informationen zur Adler Modemärkte GmbH, da deren Hauptlieferanten aus Hochrisikoländern kommen, bei denen die soziale Bewertung der Lieferant:innen in einem besonderen Fokus steht.

ADLER

Alle Lieferant:innen, die neu aufgenommen werden, müssen unseren Einkaufbedingungen zustimmen. Diese umfassen die Anerkennung der ILO Kernarbeitsnormen sowie die Bedingung, dass alle Produktionsstätten in Risikoländern ein gültiges Social Audit vorweisen müssen. Im Jahr 2022 haben wir insgesamt 84 Lieferant:innen auf soziale Kriterien überprüft. Dabei wurden keine negativen sozialen Auswirkungen festgestellt.

Keine Kinderarbeit, keine Zwangs- oder Pflichtarbeit

In der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen und der Europäischen Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten ist festgehalten, welche Anforderungen und Erwartungen die internationale Gemeinschaft im Hinblick auf die Achtung und Einhaltung der Menschenrechte hat. Die KOLIBRI Gruppe bekennt sich ausdrücklich zur Wahrung der Menschenrechte in ihrem Einflussbereich. Dabei stehen das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit sowie die Gewährung von angemessenen Löhnen bei Arbeitszeiten, die den jeweils gesetzlichen Regelungen und Industriestandards entsprechen, im Vordergrund.

Diese Leitlinien greifen für alle Geschäftsbeziehungen der Unternehmen der KOLIBRI Gruppe. Sie orientieren sich nicht nur an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, sondern auch an den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und des UN Global Compact. Darin ist das Verbot von Zwangsarbeit festgeschrieben: Niemand darf gegen seinen Willen beschäftigt oder unter Androhung einer Strafe zur Arbeit gezwungen werden. Auch die Vermeidung ausbeuterischer Kinderarbeit ist hier verankert. Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der in der Leitlinie beschriebenen Werte behält sich die KOLIBRI Gruppe entsprechende Maßnahmen vor.

Nachfolgend gibt es weitere Informationen zur Adler Modemärkte GmbH, da deren Hauptlieferanten vor allem aus Hochrisikoländern kommen. Wir möchten unsere Angaben in den nächsten Jahren aber auf weitere Unternehmen der KOLIBRI Gruppe ausweiten.

ADLER

Die Produktion unserer Waren findet in China, Bangladesch, Indien, Vietnam und Myanmar statt. Wir haben in unseren Allgemeinen Einkaufbedingungen verankert, dass jede Art von Kinderarbeit und jede Art von Zwangsarbeit verboten ist. Zudem verlangen wir von jeder Produktionsstätte, die sich in einem Risikoland befindet, dass ein gültiges Social Audit nach den gängigen ILO Kernarbeitsnormen vorliegt. Bevorzugt von der BSCI, da wir hier auch Mitglied sind.

Soziales Engagement

Der Gesellschaft etwas zurückgeben

Engagement für die Gesellschaft gehört seit jeher zur KOLIBRI-Unternehmenskultur. Wir unterstützen Organisationen, Vereine und Projekte, deren Ziel es ist, die Lebensbedingungen von Menschen zu verbessern. Dabei ermutigen wir unsere Geschäftsführer:innen, aber auch die Mitarbeiter:innen selbstständig, regionale Projekte und Initiativen zu betreuen. Da insbesondere die Mitarbeitenden regional gut vernetzt und gesellschaftlich verankert sind, fördert die KOLIBRI Gruppe die Tätigkeiten nur organisatorisch und steuert diese Projekte nicht aktiv.

KOLIBRI steht in der Tradition ihres langjährigen Gesellschafters Horst-Walter Schröter, der nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst in Stendal und ab 1952 in Berlin seine Spedition wieder aufbaute und damit die Grundlage für die heutige KOLIBRI Gruppe gelegt hat. Seit dieser Zeit unterstützen KOLIBRI und die Inhaberfamilie von Jahr zu Jahr unterschiedliche soziale Organisationen wie z.B. die DLRG e.V., das Soldatenhilfswerk der Bundeswehr e.V. oder die Kinderhäuser Berlin mit Spenden und Sachzuwendungen. Darüber hinaus engagieren sich die einzelnen KOLIBRI-Unternehmen auch regional, so beim Sponsoring von Vereinen oder Mannschaften im Kinder- und Jugendsport. Damit würdigen wir alle das soziale und ehrenamtliche Engagement, welches das Fundament unserer Gesellschaft bildet, und sichern deren Fortbestand für die Zukunft.



Deutscher Kinderbuchpreis



Kinder und somit der Nachwuchs unserer Gesellschaft und unserer Wirtschaft liegen der KOLIBRI Gruppe und der Inhaberfamilie sehr am Herzen. Lesekompetenz und Leselust sind wichtige Elemente einer entwickelten Gesellschaft, die wir stärken möchten. Daher wird der Deutsche Kinderbuchpreis von der KOLIBRI Gruppe entscheidend mitfinanziert und organisiert. Das Preisgeld wird von Jasmin Schröter, Inhaberin der Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA, gestiftet.

Der Preis verfolgt ausschließlich gemeinnützige Ziele und ist der höchstdotierte Kinderbuchpreis Deutschlands. Er soll die Entwicklung speziell der Kinderliteratur fördern und Kinderbücher mehr in den Fokus des öffentlichen Interesses rücken. Die Auszeichnung würdigt Autorinnen und Autoren von Kinderbüchern für die leseprägende Alterszielgruppe zwischen vier und acht Jahren. Eine Kinderjury wählt aus einer Shortlist von zehn Titeln das Siegerwerk aus, das mit 100.000 Euro prämiert wird. Mit dem Preis soll der Anreiz geschaffen werden, neue und kreative Kinderbücher zu publizieren.

Im Herbst 2021 wurde erstmals der Deutsche Kinderbuchpreis in Berlin verliehen. Im Oktober 2022 fand die zweite Auflage und Verleihung des Preises in Leipzig statt. Der Deutsche Kinderbuchpreis ist bereits heute fester Bestandteil der Buchbranche im deutschsprachigen Raum.



Mit dem Kinderbuchpreis unterstreicht die Inhaberfamilie ihr gesellschaftliches Engagement und die Förderung unseres Nachwuchses.

Sport



Die KOLIBRI Gruppe widmet sich darüber hinaus der Sportförderung. Durch sportliche Aktivitäten wird die Gesundheit der Bevölkerung gestärkt. Außerdem sorgt der Sport für soziale und gesellschaftliche Integration sowie Leistungsförderung. Er vermittelt Werte wie Disziplin, Teamarbeit, Fairplay und Durchhaltevermögen, schafft starke Beziehungen und Zusammenhalt. Wir unterstützen Profisportler:innen, die für Kinder und junge Menschen als Vorbild dienen und denen sie nacheifern können.

Im Bereich Sportförderung unterstützt die KOLIBRI Gruppe insbesondere eine in Deutschland recht junge Sportart: American Football. Wir sind ein mehrjähriges Engagement bei der European League of Football (ELF) eingegangen und fungieren als Hauptsponsor bei sämtlichen Spielen. Die ELF wurde 2021 mit acht Franchise-Teams gegründet. 2022 ist die Europäische Super-League auf zwölf Mannschaften angewachsen und umfasst in der Saison 2023 bereits 17 Teams. Geplant ist, die Anzahl schlussendlich auf 24 Franchise-Clubs in ganz Europa auszubauen. 15 Spiele werden pro Saison live im Fernsehen übertragen, über 300.000 Menschen schauen im Schnitt zu.

Die Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA ist zudem Sponsor der Frankfurt Galaxy, einer erfolgreichen Traditionsmannschaft im American Football. Der Club wurde 2021 Champion der ELF. Außerdem fungiert Kolibri Druck als Sponsor von Stuttgart Surge, wie Frankfurt eines von insgesamt acht Gründungsteams der ELF. Ziel des Sponsorships ist es, den Football-Sport zu fördern und auf ein professionelles Niveau zu bringen.



Zusätzlich zur Förderung des American Football in Deutschland und Europa unterstützt die KOLIBRI Gruppe durch ihr Sponsoring die Karriere von Bobfahrerin Laura Nolte. Sie wurde bei den Winterspielen 2022 in Peking die jüngste Bob-Olympiasiegerin aller Zeiten. In die Liste ihrer Erfolge reihen sich zahlreiche weitere Titel: unter anderem Juniorenweltmeisterin, mehrfache Deutsche Meisterin und mehrfache Gewinnerin von Weltcuprennen. Laura Nolte ist Markenbotschafterin für die Marke Adler, Mütze und Bobs sind mit den Marken Adler und Leysieffer gebrandet. Außerdem fungiert sie als Influencerin für Speedlink. KOLIBRI unterstützt zusätzlich ihre Anschieberin Deborah Levi, mit der sie Olympiasiegerin im Zweierbob wurde.



GRI-Index

Unter Bezugnahme

	GRI Indikator	Thema/ Link	Seite	Anmerkungen
	GRI 2: Allgemeine Angaben 2021			
2-1	Organisationsprofil	Über den Bericht; Unternehmen und Organisation	7-9 11	
2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	Über den Bericht	7-9	
2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	Über den Bericht	7-9	
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	Branchen und Produkte; Lieferanten-management	14-18 134-141	
2-7	Angestellte	Personal - Unser Erfolgsfaktor	84-90	
2-8	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	Personal - Unser Erfolgsfaktor	91-92	
2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	Führungsstruktur	12-13	
2-11	Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	Führungsstruktur	12-13	
2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	Nachhaltigkeits-strategie	21-22	
2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	Nachhaltigkeits-strategie	21-22	
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	Corporate Compliance	123-126	
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	Unsere Kunden	118-121	Siehe Konflikte effizienter lösen
2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	Unsere Kunden	119-122	
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	Corporate Compliance	123-126	
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und	Partnerschaften	129-134	

	Interessengruppen		
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Unsere Kunden	119-122
2-30	Tarifverträge	Personal - Unser Erfolgsfaktor	92-93
	GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	Unser Verfahren zur Bestimmung der potenziell wesentlichen Themenfelder; Erarbeitung unserer Fokus- und Handlungsfelder;	23-26 27-28
3-2	Liste der wesentlichen Themen	Erarbeitung unserer Fokus- und Handlungsfelder; Unsere Handlungsfelder auf Segment-Ebene;	27-28 32-33
3-3	Management von wesentlichen Themen	Unsere Fokusfelder; Unsere Handlungsfelder auf Segment-Ebene	29-31 32-33
	GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016		
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	Lieferanten-management	135-142
	GRI 205: Antikorruption 2016		
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	Corporate Compliance	123-126
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Corporate Compliance	123-126
	GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Corporate Compliance	123-126
	GRI 301: Materialien 2016		
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Verpackungen: Reduce, Reuse, Recycle	42-55
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	Verpackungen:	42-55

		Reduce, Reuse, Recycle	
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	Verpackungen: Reduce, Reuse, Recycle	42-55
	GRI 302: Energie 2016		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Betrieblicher Klimaschutz; Klimafreundliche Mobilität	68-78 79-82
302-3	Energieintensität	Betrieblicher Klimaschutz	68-78
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	Betrieblicher Klimaschutz	68-78
	GRI 305: Emissionen 2016		
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Unser CO_2-Fußabdruck	58-67
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Unser CO_2-Fußabdruck	58-67
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Unser CO_2-Fußabdruck	58-67
	GRI 306: Abfall 2020		
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	Betriebliches Abfallmanagement und Ressourcenschutz	34-41
306-3	Angefallener Abfall	Betriebliches Abfallmanagement und Ressourcenschutz	34-41
	GRI 401: Beschäftigung 2016		
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	Attraktiver Arbeitgeber	94-103
401-3	Elternzeit	Attraktiver Arbeitgeber	94-103
	GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018		
403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	109-116
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	109-116

403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	109-116
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	109-116
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	109-116
	GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		
404-2	Programme zur Verbesserung der Angestellten und zur Übergangshilfe	Mitarbeiter-entwicklung	117-118
	GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	Diversität und Chancengleichheit	104-108
	GRI 408: Kinderarbeit 2016		
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	Lieferanten-management	135-142
	GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016		
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Lieferanten-management	135-142
	GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Lieferanten-management	135-142
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Lieferanten-management	135-142
	GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten	Datenschutz	127-128

Impressum

Kolibri Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KGaA

Albert-Einstein-Ring 22

14532 Kleinmachnow

Handelsregister: HRB 36829 P

Registergericht: Amtsgericht Potsdam

Vertreten durch: Kolibri Geschäftsführung GmbH

Diese vertreten durch:

Dr. Wolfram Simon-Schröter

Dominik Wiehage

Aufsichtsrat:

Thomas Winkelmann (Vorsitzender)

Jasmin Schröter

David Knower