



Deutscher  
NACHHALTIGKEITS  
Kodex

# DNK-Erklärung 2019

---

## NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN

---

Leistungsindikatoren-Set

GRI SRS

Kontakt

Neele Sommer

Breiter Gang 10 - 16  
49074 Osnabrück  
Deutschland

0541/310930  
N.Sommer@noz.de



## Leistungsindikatoren-Set

Die Erklärung wurde nach folgenden GRI SRS  
Berichtsstandards verfasst:

# Inhaltsübersicht

## Allgemeines

Allgemeine Informationen

## KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

### Strategie

1. Strategische Analyse und Maßnahmen
2. Wesentlichkeit
3. Ziele
4. Tiefe der Wertschöpfungskette

### Prozessmanagement

5. Verantwortung
6. Regeln und Prozesse
7. Kontrolle  
Leistungsindikatoren (5-7)
8. Anreizsysteme  
Leistungsindikatoren (8)
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen  
Leistungsindikatoren (9)
10. Innovations- und Produktmanagement  
Leistungsindikatoren (10)

## KRITERIEN 11–20: NACHHALTIGKEITSASPEKTE

### Umwelt

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen
12. Ressourcenmanagement  
Leistungsindikatoren (11-12)
13. Klimarelevante Emissionen  
Leistungsindikatoren (13)

### Gesellschaft

14. Arbeitnehmerrechte
15. Chancengerechtigkeit
16. Qualifizierung  
Leistungsindikatoren (14-16)
17. Menschenrechte  
Leistungsindikatoren (17)
18. Gemeinwesen  
Leistungsindikatoren (18)
19. Politische Einflussnahme  
Leistungsindikatoren (19)
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten  
Leistungsindikatoren (20)

Stand: 2019, Quelle:

Unternehmensangaben. Die Haftung für die Angaben liegt beim berichtenden Unternehmen.

Die Angaben dienen nur der Information. Bitte beachten Sie auch den Haftungsausschluss unter [www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutzzerklaerung](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutzzerklaerung)

Heruntergeladen von  
[www.nachhaltigkeitsrat.de](http://www.nachhaltigkeitsrat.de)

# Allgemeines

## Allgemeine Informationen

Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell (u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen)

### **NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN – die innovative und nachhaltige Mediengruppe**

Die Mediengruppe NOZ MEDIEN/mh:n MEDIEN zählt zu den zehn größten Zeitungsverlagsgruppen Deutschlands. Um täglich qualitativ hochwertige Informationen und Dienstleistungen zu liefern, beschaffen NOZ MEDIEN und mh:n MEDIEN insgesamt mehr als 3.000 Mitarbeitende an 80 Standorten in Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg. Das wirtschaftliche Rückgrat bilden 42 Tageszeitungstitel mit einer Gesamtauflage von 420.000 Exemplaren und 140.000 Digitalabonnenten sowie 60 Anzeigenblätter mit einer Auflage von 2,5 Millionen.

### **Betrachtungsrahmen der DNK-Erklärung**

Im Rahmen der vorliegenden DNK-Erklärung wird die Mediengruppe als Ganzes betrachtet. Bei NOZ MEDIEN/mh:n MEDIEN handelt es sich um die Dachmarke. Unter dieser Dachmarke sind Unternehmen mit unterschiedlichen Rechtsformen angeordnet. Im Vordergrund steht die Darstellung von Grundsätzen und Strategien, die unternehmensübergreifend relevant sind.

In den Kriterien 1 bis 3, 5 bis 10 sowie 14 bis 20 werden Aussagen getroffen, die für die gesamte Gruppe Gültigkeit haben. In den Kriterien 4 und 12 stehen ressourcenbezogene Aspekte am Beispiel der Druckhäuser im Vordergrund, während in Kriterium 12 gleichzeitig das Immobilienmanagement der Mediengruppe am Beispiel von drei Neubauprojekten unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte skizziert wird.

Ziel des DNK-Prozesses ist es u. a., den Unternehmen der Mediengruppe ein Angebot zur Etablierung eines Nachhaltigkeitsmanagements zu machen, ohne einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht erstellen zu müssen. Als Beispiel ist in Kriterium 1 der Nachhaltigkeitsansatz der zur NOZ MEDIEN/mh:n MEDIEN gehörenden Grow Digital Group integriert.

Ergänzende Anmerkungen:

Die vorliegende DNK-Erklärung wurde vom Institut für Nachhaltigkeitsbildung mitgestaltet.

# KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

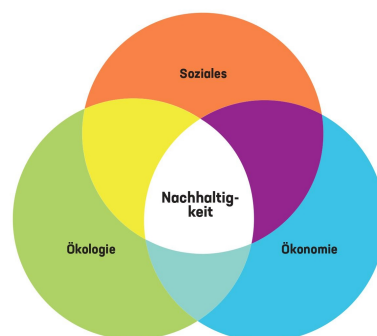
## Kriterien 1–4 zu STRATEGIE

### 1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

#### **Nachhaltigkeitsstrategie der NOZ MEDIEN/mh:n MEDIEN**

Als regional verwurzelte Unternehmensgruppe sieht sich NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN besonders den Menschen und der Umwelt in ihrer Umgebung verpflichtet und möchte zum wirtschaftlichen Erfolg der Region beitragen. Zugleich unterstützt die Mediengruppe durch regionales Handeln eine globale Entwicklung, die sowohl die Bedürfnisse der heutigen Generation als auch künftiger Generationen erfüllt.



Aus der Motivation heraus, Verantwortung für die Regionen und die Mitarbeitenden zu übernehmen, hat sich bei NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Hierbei geht es da rum, die gesunde Balance zwischen ökonomischen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielen anzu stre ben für die Mediengruppe, aber auch für die Region und die Menschen, die hier leben. In diesem

Zusammenhang spielen auch die journalistische Glaubwürdigkeit und Qualität in den Verlagen der Gruppe eine große Rolle, denn die Mediengruppe trägt eine hohe soziale Verantwortung und versteht unabhängigen Journalismus als einen wichtigen Grundbestandteil der Demokratie.



Bei NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN gibt es eine Vielzahl an Projekten in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales, die von den Mitarbeitenden sowie der Geschäftsführung angestoßen wurden. Einige werden in den einzelnen Kriterien näher beschrieben.

### **Bausteine der Nachhaltigkeitsstrategie**

Zu den Bausteinen der Nachhaltigkeitsstrategie gehören **Projekte** (vgl. u. a. Kriterium 18), das **Nachhaltigkeitsteam** (vgl. Kriterium 5) sowie die vorliegende **DNK-Erklärung** als Ausgangspunkt für die weitere Etablierung eines **Nachhaltigkeitsmanagements** in der Mediengruppe. Vorgesehen ist die Entwicklung weiterer Bausteine (vgl. Kriterium 3).

### **Handlungsfelder und Nachhaltigkeitsaspekte**

Folgende Nachhaltigkeitsaspekte sind bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN wesentlich:

#### *Umwelt:*

##### Klimaschutz

Nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen  
Kreislaufwirtschaft, Abfallvermeidung und Recycling  
Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung  
Schutz gesunder Ökosysteme  
Nachhaltige Landnutzung

*Soziales:*

Erhaltung anerkannter arbeitsrechtlicher Standards (keine Kinder- und Zwangsarbeit, keine Diskriminierung)  
Einhaltung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes  
Angemessene Entlohnung, faire Bedingungen am Arbeitsplatz,  
Diversität sowie Aus- und Weiterbildungschancen  
Gewerkschafts- und Versammlungsfreiheit  
Gesundheitsschutz  
Rücksichtnahme auf die Belange von Minderheiten

*Unternehmensführung:*

Nachhaltigkeitsmanagement durch Gesellschafter, Geschäftsführung,  
Beirat  
Gewährleistung von Arbeitnehmerrechten  
Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption

**Nachhaltigkeitsrelevante Standards**

Die NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN orientiert sich am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) und den zugrunde liegenden GRI-Leistungsindikatoren.

In den einzelnen Unternehmen existieren darüber hinaus nachhaltigkeitsbezogene Standards.

**Mehrwert für die Unternehmen der Gruppe**

Die Nachhaltigkeitsstrategie der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN bildet den Rahmen für entsprechende Umsetzungen in den einzelnen Unternehmen. Die zur NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN gehörende Grow Digital Group verfolgt in diesem Zuge einen entsprechenden [Nachhaltigkeitsansatz](#). Hier wird ersichtlich, wie die übergeordnete Strategie der gesamten Mediengruppe mit den Strategien der einzelnen Unternehmen korrespondieren kann.

## 2. Wesentlichkeit

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.



## **Das Umfeld der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN**

Die zunehmende Sensibilisierung der Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner für Nachhaltigkeitsfragen führt bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN zur systematischen Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie, die u. a. in der vorliegenden DNK-Erklärung zum Ausdruck kommt.

Die Unternehmen der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN zeichnet im Allgemeinen eine Verbundenheit zu den Standorten sowie ein Verantwortungsbewusstsein für die Region aus. Dies manifestiert sich in regionalen, gemeinwesenorientierten Projekten (vgl. Kriterium 18).

Die vielfältige Geschäftstätigkeit wird u. a. geprägt durch traditionelle Tageszeitungen und innovative digitale Angebote. Die verbindende Klammer ist die Qualitätsorientierung im Sinne der Kundinnen und Kunden sowie der Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner.

## **Nachhaltigkeitsthemen – Chancen und Risiken**

In Kriterium 1 wurden die Nachhaltigkeitsthemen vorgestellt, die durch die Geschäftstätigkeit der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN beeinflusst werden (Inside-out-Perspektive). Dagegen stellen gesellschaftliche und wirtschaftliche Dynamiken wie die demographische Entwicklung (z. B. Fachkräftemangel), die Digitalisierung (grundlegende Veränderung des Kerngeschäfts Print) sowie der Klimawandel (Prävention und Anpassung) große Herausforderungen und auch Risiken für die Mediengruppe dar (Out side-in-Perspektive).

Die NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN gestaltet diese Transformation proaktiv. Der DNK-Prozess sowie die öffentliche Darstellung der entsprechenden Nachhaltigkeitsleistungen am Beispiel einer DNK-Erklärung eröffnen in diesem Zusammenhang eine große Chance. Die in Kriterium 1 genannten Nachhaltigkeitsthemen sowie die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung sind – neben monetären Anreizen – ein wichtiger Attraktionsfaktor und können das Image der zur Mediengruppe gehörenden Unternehmen weiter positiv beeinflussen.

## **3. Ziele**

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

### **Ziele im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie**

---

Im Folgenden werden die Ziele der Mediengruppe im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie aufgeführt:

- Fortschreibung der DNK-Erklärung im zweijährigen Rhythmus
- Weiterentwicklung und dauerhafte Etablierung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie für die Mediengruppe
- Entwicklung weiterer nachhaltigkeitsbezogener Bausteine
- Einbindung weiterer Mitarbeitender in den Prozess
- Intensivierung der nachhaltigkeitsbezogenen (internen) Kommunikation – u. a. Vorstellung des DNK-Prozesses im Mitarbeitermagazin.

Es erfolgt keine Priorisierung der genannten Ziele, da diese gleichwertig angestrebt werden. Themenspezifische Zielsetzungen sind in den einzelnen Kriterien zu finden (insbesondere 12 bis 16).

#### **Kontrolle der Ziele**

Die Geschäftsführung kontrolliert die Ziele im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie. Das Nachhaltigkeitsteam koordiniert die Prozesse für die Mediengruppe und stößt entsprechende Entwicklungen in den Unternehmen an.

## Die UN-Nachhaltigkeitsziele

Der Bezug zu den UN-Nachhaltigkeitszielen wird in den einzelnen Kriterien hergestellt.

Folgende UN-Nachhaltigkeitsziele finden in der vorliegenden DNK-Erklärung Berücksichtigung:

3. Gesundheit und Wohlergehen
4. Hochwertige Bildung
5. Geschlechtergleichheit
6. Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
7. Bezahlbare und saubere Energie
8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
9. Industrie, Innovation und Infrastruktur
10. Weniger Ungleichheiten
11. Nachhaltige Städte und Gemeinden
12. Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion
13. Maßnahmen zum Klimaschutz
15. Leben an Land
17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

## 4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

### Die Wertschöpfungskette am Beispiel der Druckereien

Die Darstellung der Wertschöpfungskette erfolgt am Beispiel der Druckereien der Mediengruppe (NOZ Druckzentrum, A. Beig Druckerei Pinneberg, Prima Rotationsdruck Wittenburg und das Druckzentrum Büdelsdorf).

Die entsprechenden Verbräuche sind in den Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 und 12 abgebildet. Beleuchtet werden insbesondere ausgewählte Aspekte in den Bereichen Druck und Entsorgung (in einigen Punkten finden spezifische Angaben der einzelnen Druckereien Berücksichtigung).

### Druck

#### *Papier*

In den Druckereien werden Papiere verdruckt, die zu etwa 80 Prozent aus Altpapier hergestellt sind. Es werden ausschließlich zertifizierte Papiere

verwendet (FSC oder Blauer Engel). Das darüber hinaus für die Produktion des Zellstoffes erforderliche Holz stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, die FSC- bzw. PEFC-zertifiziert sind.

Des Weiteren führen die geringeren Auflagen durch veränderte Kundenpräferenzen zu einem reduzierten Papierverbrauch (vgl. u. a. Kriterium 2).

NOZ Druckzentrum: Die Makulatur-Quote konnte durch den Einsatz modernster Steuerungs- und Regeltechnik – wie beispielsweise vollautomatische Farb- und Wassersteuerung oder neuste Softwaretechnologien für die Aufbereitung der Druckdaten und ständig wiederkehrende Optimierungsprozesse – erheblich gesenkt werden. Aufgrund der positiven Erfahrungen wird diese Farbregelung ab 2020 auch im Druckzentrum Büdelsdorf eingesetzt.

#### *Farbe*

90 Prozent der Druckerfarben bestehen aus pflanzlichen Rohstoffen. Die Rohmaterialien müssen den Vorgaben der REACH-Verordnung entsprechen. Die Produktion der Druckerfarben erfolgt in geschlossenen Systemen, um Emissionen zu vermeiden. Farbkanister wurden durch Farbtanks ersetzt, die im Sinne der Kreislaufwirtschaft ausgetauscht werden können.

NOZ Druckzentrum: Der logistisch optimierte Transport der Farbe zur Druckerei erfolgt per LKW in Großcontainern. In der Druckerei werden für die Schwarzfarbe Großtanks mit einem Volumen von zehn Tonnen eingesetzt, um die Transporthäufigkeit zu minimieren.

Seit 2016 wird die Farbe vollautomatisch über ein elektronisches Farbregelsystem gesteuert, was einen geringeren Farbverbrauch und optimale Druckerzeugnisse zur Folge hat.

#### *Wasser*

Das Wasser wird in Osmose-Anlagen aufbereitet. Die gleichbleibende Wasserqualität gewährleistet stabile Produktionsprozesse. Modernste Techniken beim Druckvorgang sorgen dafür, dass die Wasserverbräuche gering gehalten werden.

#### *Waschmittel*

NOZ Druckzentrum: Eine Kombination aus mehreren Absetztanks und Filtrationseinheiten gewährleistet, dass etwa 90 Prozent des zum Reinigen der Druckplatten und Druckwalzen verwendeten Waschmittels recycelt werden kann.

#### *Strom*

Neue Techniken in der Rotation und im Versand sorgen für hohe Energieeinsparungen und eine Reduzierung der bezogenen Strommenge.

NOZ Druckzentrum: Die im Jahr 2016 installierte Fotovoltaik-Anlage wurde mit dem Ziel errichtet, die Grundlast des Druck- und Logistikzentrums zu decken. Bei der Grundlast handelt es sich um den Energiebedarf, der zur Bewirtschaftung der Gebäude notwendig ist (Klima- und Lüftungstechnik, die Beleuchtung und den Stand-by-Betrieb von Geräten und Maschinen).

Druckzentrum Büdelsdorf: Seit Anfang 2019 wird der Druckstandort sukzessive auf energiesparende LED-Beleuchtung umgebaut (beginnend mit den großen Hallen). In der Folge werden die Leuchtmittel kontinuierlich – in Abhängigkeit von der Lebensdauer – nachgerüstet.

A. Beig Druckerei: Im Jahr 2018 konnten infolge von Investitionsmaßnahmen drei Versandanlagen durch eine Anlage ersetzt werden.

### **Entsorgung**

#### *Druckplatten*

Die Druckplatten bestehen aus Aluminium und können zu 100 Prozent recycelt werden.

#### *Papier*

Bei dem Papier handelt es sich um bedrucktes und unbedrucktes Zeitungspapier, das beim Andruck und Wiederandruck der Zeitung sowie nach Ausgabenwechsel und Störungen etc. anfällt. Dieses Papier wird recycelt und kann vollständig zur Herstellung von Zeitungspapier wiederverwendet werden.

#### *Farbreste und Druckchemikalien*

Alle für die Zeitungsproduktion eingesetzten Stoffe werden nach der Produktion im Sinne der Kreislaufwirtschaft wiederverwertet oder fachgerecht entsorgt. Dies gilt im besonderen Maße für die kennzeichnungspflichtigen Stoffe, deren ordnungsmäßige Entsorgung nachgewiesen werden muss. Grundsätzlich wird darauf geachtet, möglichst umweltschonende Materialien einzusetzen. Darüber hinaus wird ständig nach technischen Möglichkeiten geforscht, den Materialeinsatz (z. B. Farbe, Waschmittel etc.) zu optimieren, was auch zu einer Verringerung der Entsorgungsmenge führt. So werden neue, von der Reinigungsleistung noch effektivere Waschmittel eingesetzt.

NOZ Druckzentrum: Im Berichtsjahr 2019 wurde eine neue Gummituchwaschanlage in Betrieb genommen, die eine schonende Reinigung der Drucktücher bzw. Gegendruckzylinder gewährleistet. Zudem können die Reinigungsintervalle der restlichen Maschinenkomponenten erheblich

verlängert werden, was zu einer produktiveren Auslastung der Druckmaschine führt.

NOZ Druckzentrum - CtP-Anlage: Mit der neu optimierten Abstimmung im Entwicklungsprozess (z. B. Regenerat-Zufuhr in Abstimmung zur eingesetzten Platte) wurde der Chemieanteil deutlich reduziert. Der Einspar- und Entsorgungseffekt liegt bei ca. 40 Prozent.

A. Beig Druckerei: Es werden in Bezug auf die Reinigungsleistung noch effektivere Waschmittel eingesetzt.

#### *Abwasser*

NOZ Druckzentrum: In die Neutralisationsanlage werden das Spülwasser aus der Plattenherstellung und das Feuchtwasser, das beim Reinigen der Feuchtmittelkühlgeräte anfällt, eingeleitet. Direkt nach dem Einleiten gelangt das Wasser in unterschiedliche Abscheider und wird in einem speziellen Verfahren einer Reinigung unterzogen und neutralisiert. Dadurch wird ein pH-Wert von 7,5 (neutral) erreicht. Das behandelte Wasser kann dann in den Abwasserkanal eingeleitet werden. Um die Qualität des Wassers und die korrekte Funktion der Neutralisationsanlage zu gewährleisten, werden durch mehrere Analysegeräte und Störmeldesysteme permanente Überwachungsläufe vorgenommen.

#### *Papier/Pappe*

Verpackungsmaterial und Beilagenreste werden recycelt und z. B. wieder zu Packpapier bzw. Pappe verarbeitet.

#### *PE-Folie/Bänder*

Die PE-Folie/Bänder, die beim Auspacken von Beilagen als Transportverpackungen anfallen, werden sortenrein recycelt und z. B. zu neuer Folie verarbeitet.

#### *Einwegpaletten*

NOZ Druckzentrum: Die Einwegpaletten werden für das Auspacken von Beilagen verwendet. Diese können als Holzhäcksel oder Pellets wiederverwendet werden.

A. Beig Druckerei: Die Einwegpaletten fallen beim Auspacken von Beilagen an, werden im Tausch zur Wiederverwendung in Umlauf gebracht und durch Europaletten ersetzt.

#### *Europaletten*

---

Unbeschädigte Europaletten werden dem Umfang der jeweiligen Anlieferung entsprechend zurückgegeben. Defekte Europaletten werden repariert und dem Kreislauf wieder zugeführt.

#### *Führungen*

Gruppen, Schulklassen, Familien oder auch Einzelpersonen erhalten die Möglichkeit, im Rahmen von kostenlosen Führungen einen Einblick in die vorgestellten nachhaltigen Entstehungs- und Herstellungsprozesse zu erhalten.

#### **Austausch mit Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern**

Der Austausch mit den Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern im Hinblick auf nachhaltigkeitsbezogene Innovationen wurde im Berichtsjahr 2019 noch nicht systematisch erfasst und ist daher nicht Gegenstand der Betrachtung.

**UN-Nachhaltigkeitsziele 6, 7, 9, 12, 13**

## Kriterien 5–10 zu PROZESSMANAGEMENT

### 5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

#### **Verantwortlichkeiten für Nachhaltigkeitsfragen**

Verantwortlich für Nachhaltigkeitsfragen bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN ist die Geschäftsführung.

Ein Nachhaltigkeitsteam hat an der Erstellung der DNK-Erklärung mitgewirkt und eine integrierte Schulung als „Nachhaltigkeitsbeauftragte“ absolviert, um das Nachhaltigkeitsmanagement der Gruppe weiterentwickeln und die DNK-Erklärung fortschreiben zu können. Eine Mitarbeiterin koordiniert dabei den Prozess für die gesamte Mediengruppe.

Vorgesehen ist zudem die weitere Einbindung von Mitarbeitenden in die Nachhaltigkeitsstrategie der Mediengruppe. In den aktuellen DNK-Prozess ist bereits eine Mitarbeiterin der zur NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN gehörenden Grow Digital Group involviert. Diese koordiniert den Prozess der Ausgestaltung der GROW-Nachhaltigkeitsstrategie und die gleichzeitige Einbettung in das gruppenübergreifende Nachhaltigkeitsmanagement der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN. Dieser Prozess kann als Blaupause für die sukzessive Etablierung des Nachhaltigkeitsmanagements in weiteren Unternehmen der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN dienen (vgl. Kriterium 1 – „Nachhaltigkeit bei der Grow Digital Group“).

### 6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

#### **Verankerung der Nachhaltigkeitsstrategie – Regeln und Prozesse**

Die Nachhaltigkeitsstrategie der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN ist, wie in Kriterium 1 dargelegt, eine mögliche Grundlage für die sukzessive Etablierung des Nachhaltigkeitsmanagements in den Unternehmen.

Die Regeln und Prozesse zur Verankerung der Strategie korrespondieren mit den in Kriterium 3 genannten Zielen. Dabei sind folgende Aspekte an dieser



Stelle hervorzuheben:

- Die DNK-Erklärung soll im zweijährigen Rhythmus fortgeschrieben werden (vgl. Kriterium 3). Dies ermöglicht eine Überprüfung der Maßnahmen, Ziele und Indikatoren.
- Das Nachhaltigkeitsteam soll über das Kernteam hinausgehend erweitert werden. Ziel ist der Austausch von Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern für nachhaltige Entwicklung in den einzelnen Unternehmen. Dies soll Synergien, Kooperationen und einen effizienten Austausch fördern und zugleich die Identifikation innerhalb der Mediengruppe stärken (Intensivierung der nachhaltigkeitsbezogenen Kommunikation).

## 7. Kontrolle

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

### **Leistungsindikatoren**

Langfristiges Ziel im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der Mediengruppe ist es, die in den Unternehmen erhobenen nachhaltigkeitsrelevanten Leistungsindikatoren zu bündeln und transparent zu machen. Die Indikatoren ermöglichen die ganzheitliche Steuerung im Rahmen des jeweiligen Nachhaltigkeitsmanagements.

In Kriterium 12 sind beispielhaft die Leistungsindikatoren der Druckereien aufgeführt, die bereits erhoben werden und insbesondere die ökologische Dimension berücksichtigen. In den einzelnen Unternehmen gilt es, ökonomische, ökologische und soziale Indikatoren gleichermaßen zu erheben. Damit wird den Grundprinzipien der nachhaltigen Entwicklung Rechnung getragen (vgl. Kriterium 1). Durch diese Gesamtbetrachtung sind Synergien zwischen den einzelnen Nachhaltigkeitsthemen möglich. Dies wird in Kriterium 12 am Beispiel des Immobilienmanagements deutlich. In den dort genannten Beispielen korrespondieren ökonomische, ökologische und soziale Aspekte.

Für die Zuverlässigkeit und Konsistenz der Daten sind die Geschäftsführung und themenspezifisch beauftragte Mitarbeitende verantwortlich. Die Orientierung an der vorliegenden DNK-Erklärung und den entsprechenden GRI-Indikatoren stellt zudem eine Vergleichbarkeit der Daten sicher.

## Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator GRI SRS-102-16: Werte

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** eine Beschreibung der Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen der Organisation.

Die Werte und Grundsätze der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN sind in Kriterium 1 beschrieben (den Menschen und der Umwelt verpflichtet, Balance zwischen ökonomischen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielen, unabhängiger und glaubwürdiger Qualitätsjournalismus etc.).

## 8. Anreizsysteme

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/ Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

### **Anreizsysteme**

Geschäftsführer, leitende Angestellte, ausgewählte Fach- und Führungskräfte haben entsprechend ihrer Aufgaben arbeitsvertraglich verankerte Zielvereinbarungen und werden an quantitativen und/oder qualitativen Jahreszielen gemessen. Die jeweiligen Zielvereinbarungen werden am Anfang des Geschäftsjahres transparent dokumentiert. Es finden unterjährig Überprüfungen statt. Die Erreichung der Ziele wird ebenfalls transparent dokumentiert.

Das bestehende Anreizsystem enthält überwiegend nicht-monetäre Anreize und fokussiert auf Anerkennung und Wertschätzung von Betriebszugehörigkeit sowie Leistungen, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie Gesunderhaltung unterstützen.

Das Anreizsystem soll 2020 überprüft und entsprechend den heutigen Bedürfnissen und Erwartungen angepasst werden. Elemente zur Unterstützung der Nachhaltigkeit sollen eingearbeitet, bereits bestehende Nachhaltigkeitsaspekte ausgebaut werden, wie z. B. mobiles Arbeiten, Fahrradleasing, Mobilitätspaket (u. a. Jobticket), Sportangebote.

Bei der in Kriterium 16 vorgestellten ‚campus‘-Philosophie handelt es sich um ein nicht-monetäres Anreizsystem, das die einzelnen Mitarbeitenden entsprechend ihrer Kompetenzen und Qualifikationen fördert.

In den jeweiligen Unternehmen der Mediengruppe existieren darüber hinaus zahlreiche individuelle Anreizsysteme.

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 8

Leistungsindikator GRI SRS-102-35: Vergütungspolitik  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und Führungskräfte, aufgeschlüsselt nach folgenden Vergütungsarten:
  - i.** Grundgehalt und variable Vergütung, einschließlich leistungsbasierter Vergütung, aktienbasierter Vergütung, Boni und aufgeschoben oder bedingt zugeteilter Aktien;
  - ii.** Anstellungsprämien oder Zahlungen als Einstellungsanreiz;
  - iii.** Abfindungen;
  - iv.** Rückforderungen;
  - v.** Altersversorgungsleistungen, einschließlich der Unterscheidung zwischen Vorsorgeplänen und Beitragssätzen für das höchste Kontrollorgan, Führungskräfte und alle sonstigen Angestellten.
  
- b.** wie Leistungskriterien der Vergütungspolitik in Beziehung zu den Zielen des höchsten Kontrollorgans und der Führungskräfte für ökonomische, ökologische und soziale Themen stehen.

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

Leistungsindikator GRI SRS-102-38: Verhältnis der  
Jahresgesamtvergütung

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen  
offenlegen:

**a.** Verhältnis der Jahresgesamtvergütung der am höchsten  
bezahlten Person der Organisation in jedem einzelnen Land mit  
einer wichtigen Betriebsstätte zum Median der  
Jahresgesamtvergütung für alle Angestellten (mit Ausnahme der  
am höchsten bezahlten Person) im gleichen Land.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-102-35.

## 9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und  
wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den  
Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie  
ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine  
Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

### **Stakeholder im Überblick**

Folgende Stakeholder sind für die NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN wesentlich:

- Gesellschafter
- Beirat
- Mitarbeitende
- Betriebsräte
- Gewerkschaften
- Kundinnen und Kunden
- Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner
- Verbände und Vereine
- Banken und Versicherungen
- Wirtschaftsprüfungsgesellschaften
- Genehmigungsbehörden
- Bildungseinrichtungen

Die Anspruchsgruppen wurden vom Nachhaltigkeitsteam in Zusammenarbeit mit dem  
Institut für Nachhaltigkeitsbildung identifiziert. Im Anschluss daran fand ein Abgleich der  
einzelnen Arbeitsbereiche mit den entsprechenden interessierten Gruppen statt.

### **Austausch mit Anspruchsgruppen**

Der Austausch erfolgt über Beiratssitzungen, Mitarbeitergespräche, Betriebsversammlungen, gemeinsame Projekte (z. B. Schulen) etc. In den einzelnen Unternehmen weichen die spezifischen Anspruchsgruppen dem jeweiligen Kerngeschäft entsprechend ab und sind individuell zu identifizieren.

#### **UN-Nachhaltigkeitsziel 17**

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 9

Leistungsindikator GRI SRS-102-44: Wichtige Themen und Anliegen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** wichtige, im Rahmen der Einbindung der Stakeholder geäußerte Themen und Anliegen, unter anderem:

- i.** wie die Organisation auf diese wichtigen Themen und Anliegen – auch über ihre Berichterstattung – reagiert hat;
- ii.** die Stakeholder-Gruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen im Einzelnen geäußert haben.

Mitarbeitende aus dem Bereich Unternehmenskommunikation haben den Anstoß zur Erstellung einer DNK-Erklärung und Gründung eines Nachhaltigkeitsteams gegeben.

## 10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

#### **Innovations- und Produktmanagement**

Proaktives Agieren

Das proaktive Agieren der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN manifestiert sich in der Zusammensetzung der Mediengruppe. Traditionelle Tageszeitungen mit regionalem Qualitätsjournalismus werden von zahlreichen digitalen Geschäftsfeldern flankiert. Der Wandel der Medienwirtschaft wird durch innovative Produkte und Angebote gestaltet.

#### Paid Content

Ziel unter dem Schlagwort „Paid Content“ ist es, Nutzerinnen und Nutzer für digitale Angebote zu begeistern, um angesichts der sich verändernden Medienlandschaft mehr zahlende Kundinnen und Kunden für diese Angebote zu gewinnen. Diese Maßnahmen zielen auf die ökonomische Dimension der nachhaltigen Entwicklung und damit die Wirtschaftlichkeit ab, um langfristig Qualitätsjournalismus anbieten zu können (vgl. auch Kriterium 1).

#### HHLab und HHLabC

Im HHLab arbeiten seit Januar 2018 Journalisten, Entwickler und UX-Experten (User Experience) gemeinsam an der Zukunft des Journalismus (vgl. Kriterium 2 – Umfeld). Bei dieser Forschungs- und Entwicklungseinheit der Mediengruppe handelt es sich um eine Keimzelle des digitalen Wandels. Es wird u. a. mithilfe von KI (Künstlicher Intelligenz) erforscht, welche Bedürfnisse Nutzerinnen und Nutzer von digitalen Angeboten haben und welche Angebote und Funktionen dementsprechend zu entwickeln sind. Agile Prozesse und zeitgemäße Kreativitätstechniken kennzeichnen die Tätigkeit des HHLab.

Unter der Marke HHLabC soll die Mediengruppe NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN ab 2020 anderen Verlagen aus der Branche zudem Beratung zum Thema Paid Content anbieten. Grundlage ist dabei das Know-how der gesamten Gruppe. Gebündelt wird dieses Wissen in dem HHLab.

#### „campus“-Philosophie und Office-Konzept

Als weitere innovationsfördernde Elemente bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN sind die Angebote im Rahmen von „campus“ (vgl. Kriterium 16) und das Office-Konzept (vgl. Kriterium 14) zu nennen.

#### Führungskräfte-Workshop

Im Jahr 2020 ist ein Führungskräfte-Workshop für etwa 50 Führungskräfte der NOZ MEDIEN /mh:n MEDIEN zum Thema Führung geplant. Die Veranstaltung gilt als Auftakt, um die Führungskräfte auf dem Weg der Veränderung zu unterstützen und zu begleiten und um ihre Arbeit erfolgswirksam auszurichten.

#### DNK-Prozess

Die vorliegende DNK-Erklärung sowie die zugrunde liegende Nachhaltigkeitsstrategie verdeutlichen den innovativen Charakter der Unternehmensgruppe. Die NOZ MEDIEN /mh:n MEDIEN hat als erstes deutsches Medienunternehmen eine DNK-Erklärung erstellt und gehört damit zu den Vorreitern in der Branche im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Der mehrdimensionale Ansatz der Mediengruppe in Anlehnung an die Nachhaltigkeitsstrategie wird in Kriterium 12 anhand des Immobilienmanagements skizziert.

---

Die Innovationen im Sinne ökologischer Prozesse und Produkte werden in Kriterium 4 am Beispiel der Druckereien dargestellt. In Kriterium 12 wird das Immobilienmanagement mit den entsprechenden ökologischen und sozialen Wirkungen skizziert.

**UN-Nachhaltigkeitsziel 9**

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Leistungsindikator G4-FS11

Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen. [Link \(Seite 38\)](#)

**(Hinweis: der Indikator ist auch bei einer  
Berichterstattung nach GRI SRS zu berichten)**

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

---

# KRITERIEN 11–20: Nachhaltigkeitsaspekte

## Kriterien 11–13 zu UMWELTBELANGEN

### 11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

#### **Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen**

Aufgrund der Vielzahl an Unternehmen in der Mediengruppe mit jeweils unterschiedlichen Geschäftsfeldern ist auch die Inanspruchnahme der natürlichen Ressourcen differenziert zu betrachten. In der vorliegenden DNK-Erklärung wird die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen in Kriterium 4 am Beispiel der Druckereien dargestellt (z. B. Boden, Luft, Wasser).

#### **Umfang der Ressourcennutzung**

Der Umfang der Ressourcennutzung wird insbesondere in den Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 und 12 genannt.

### 12. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

In Kriterium 4 werden am Beispiel der Druckereien die ökologischen Aspekte



der Wertschöpfungskette beleuchtet. Die GRI-Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 und 12 beziehen sich auf diesen Untersuchungsgegenstand, da die Angaben und Indikatoren bereits erhoben werden und damit systematisiert beschrieben werden können.

Im Folgenden wird das Immobilienmanagement am Beispiel der Neubauten an den Standorten in Bramsche, Lingen und Osnabrück aufgezeigt:

### **Bramscher Nachrichten**

Es handelt sich um einen Neubau für die Geschäftsstelle, Anzeigenberatung, Redaktion und Vertrieb der Bramscher Nachrichten. Dieser wurde im Oktober 2019 fertiggestellt. Vorhanden sind eine Gas-Zentralheizung, eine Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung, ein komplettes LED-Beleuchtungssystem, ein Wärmedämmverbundsystem gemäß Energieeinsparnachweis sowie Solarkollektoren auf dem Dach des Neubaus.

### **NOZ Medienhaus Lingen**

Das Medienhaus in Lingen wird im Jahr 2021 fertiggestellt. Es wird mit einem Flachdach mit Platz für Lüftungsgeräte oder Klimazentralen errichtet. Das Energiekonzept beinhaltet ein Blockheizkraftwerk für die Grundlast des Gebäudes. Der überschüssige Strom wird an das örtliche Energieversorgungsunternehmen (EVU) verkauft. Durch Stromproduktion entsteht Abwärme, die zur Beheizung des Gebäudes genutzt wird. Die Warmwasserbereitung soll für alle Gewerbeeinheiten dezentral erfolgen, um die Wärmepumpe im optimalen Betriebspunkt mit niedrigen Temperaturen zu betreiben.

### **Neubauprojekt im Wissenschaftspark Osnabrück**

Im Wissenschaftspark Osnabrück werden Agenturen der Grow Digital Group ein hochmodernes Agenturgebäude beziehen. Der Baubeginn erfolgt voraussichtlich im Sommer 2021, die Fertigstellung ist für Mitte 2023 geplant. Die Aufgabenstellung erfolgte im Zeichen der Nachhaltigkeit und berücksichtigt den gesamten Lebenszyklus des Gebäudes: Architektur, Baustoffauswahl, Betrieb, Instandhaltung und Wartung so wie späterer Rückbau. Bestandteile des Gebäudes werden eine Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung, ein optimierter sommerlicher Wärmeschutz sowie ein nachhaltiges Energiekonzept mit Einsatz regenerativer Energien sein (KfW-Effizienzhaus 55).

Technische Gebäudeausrüstung:

- Fußbodenheizung für Raumbeheizung in fassadennahen Verlegestreifen.
- Betonkernaktivierung für die Raumkühlung; wird oberflächennah in die Decke eingebracht.

- Kühlung wird durch eine Lüftungsanlage in Bedarfsspitzen ergänzt. Zentrale Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung zur mechanischen Belüftung der Räume. Der Luftwechsel wird mit dem hygienischen Luftwechsel von 30 m<sup>3</sup>/(Pers.\*h) raumweise ausgelegt.

#### Energiekonzept:

Eine Sole-Wasser-Wärmepumpenanlage für die Erzeugung von Wärme und Kälte in Grundlast. Zur teilweisen redundanten Versorgung und Optimierung der Investitionskosten wird die Grundlastversorgung der Wärmepumpe durch Spitzenlastdeckung ergänzt.

- Kompressionskälte für die Ergänzung der Kühlleistung
- Gas-Brennwertkessel in der Wärmeerzeugung

Vorgesehen ist eine Photovoltaikanlage mit einer Anlagenleistung von 50 kWp für die Eigenbedarfsdeckung.

#### **Das Office-Konzept**

Flankiert wird das Immobilienmanagement durch das in Kriterium 14 beschriebene Office-Konzept. Fragen der Ressourcen- und Flächeneffizienz gehen konform mit Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen und mitarbeiterorientierten Aspekten und unterstreichen damit den in Kriterium 1 genannten mehrdimensionalen Ansatz der Nachhaltigkeitsstrategie. Die Neubauten sind demnach bauliche Manifestationen dieser strategischen Ausrichtung.

#### **Risiken**

Risiken der Geschäftstätigkeit im Hinblick auf Ressourcen sind in Bezug auf das genannte Immobilienmanagement nicht erkennbar.

**UN-Nachhaltigkeitsziele 3, 7, 8, 11, 13, 15**

## Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 bis 12

Leistungsindikator GRI SRS-301-1: Eingesetzte Materialien  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Gesamtgewicht oder -volumen der Materialien, die zur Herstellung und Verpackung der wichtigsten Produkte und Dienstleistungen der Organisation während des Berichtszeitraums verwendet wurden, nach:
- i.** eingesetzten nicht erneuerbaren Materialien;
  - ii.** eingesetzten erneuerbaren Materialien.

Die eingesetzten Materialien werden am Beispiel des Papier, Farb-, Druckplatten- und Chemieverbrauchs dargestellt:

### Papierverbrauch in 1000 kg (2019):

Druckereien	Papier
<i>A.Beig Druckerei und Verlag Pinneberg</i>	8435,66
<i>Druckzentrum Büdelsdorf</i>	6887,205
<i>NOZ Druckzentrum Osnabrück</i>	10159.6
<i>Prima Rotationsdruck Wittenburg</i>	4800,448

### Farbverbrauch in kg (2019):

Druckereien	schwarz	bunt
<i>A.Beig Druckerei und Verlag Pinneberg</i>	61.942	84.141,40
<i>Druckzentrum Büdelsdorf</i>	47.355	67.223,10
<i>NOZ Druckzentrum Osnabrück</i>	66.114	103.589,24
<i>Prima Rotationsdruck Wittenburg</i>	32.953	36.621,20

**Druckplatten- / Chemieverbrauch (Entwickler) in 2019:**

Druckereien	Druckplatten (m <sup>2</sup> )	Chemie (Liter)
<i>A.Beig Druckerei und Verlag Pinneberg</i>	78151,17	3560
<i>Druckzentrum Büdelsdorf</i>	59662,26	6860
<i>NOZ Druckzentrum Osnabrück</i>	86254,94	4440
<i>Prima Rotationsdruck Wittenburg</i>	51514,54	2240

---

Leistungsindikator GRI SRS-302-1: Energieverbrauch  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen  
offenlegen:

**a.** Den gesamten Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation  
aus nicht erneuerbaren Quellen in Joule oder deren Vielfachen,  
einschließlich der verwendeten Kraftstoffarten.

**b.** Den gesamten Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation  
aus erneuerbaren Quellen in Joule oder deren Vielfachen,  
einschließlich der verwendeten Kraftstoffarten.

**c.** In Joule, Wattstunden oder deren Vielfachen den gesamten:

- i.** Stromverbrauch
- ii.** Heizenergieverbrauch
- iii.** Kühlenergieverbrauch
- iv.** Dampfverbrauch

**d.** In Joule, Wattstunden oder deren Vielfachen die/den  
gesamte(n):

- i.** verkauften Strom
- ii.** verkaufte Heizungsenergie
- iii.** verkaufte Kühlenergie
- iv.** verkauften Dampf

**e.** Gesamten Energieverbrauch innerhalb der Organisation in  
Joule oder deren Vielfachen.

**f.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder  
verwendetes Rechenprogramm.

**g.** Quelle für die verwendeten Umrechnungsfaktoren.

**Gas-/Fernwärmeverbrauch in kWh (2019):**

---

Druckereien	Gas	Fernwärme
<i>A.Beig Druckerei und Verlag Pinneberg</i>		1.251.241,00
<i>Druckzentrum Büdelsdorf</i>	2.528.974,00	
<i>NOZ Druckzentrum Osnabrück</i>	1.732.263,00	
<i>Prima Rotationsdruck Wittenburg</i>	119.852,00	

**Stromverbrauch in kWh (2019):**

Druckereien	Strom
<i>A.Beig Druckerei und Verlag Pinneberg</i>	2.014.962,00
<i>Druckzentrum Büdelsdorf</i>	3.664.825,00
<i>NOZ Druckzentrum Osnabrück</i>	2.572.208,00
<i>Prima Rotationsdruck Wittenburg</i>	917.980,00

Leistungsindikator GRI SRS-302-4: Verringerung des  
Energieverbrauchs

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen  
offenlegen:

- a.** Umfang der Verringerung des Energieverbrauchs, die als direkte Folge von Initiativen zur Energieeinsparung und Energieeffizienz erreicht wurde, in Joule oder deren Vielfachen.
- b.** Die in die Verringerung einbezogenen Energiearten: Kraftstoff, elektrischer Strom, Heizung, Kühlung, Dampf oder alle.
- c.** Die Grundlage für die Berechnung der Verringerung des Energieverbrauchs wie Basisjahr oder Basis/Referenz, sowie die Gründe für diese Wahl.
- d.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

Neue Techniken in der Rotation und im Versand sorgen für hohe Energieeinsparungen und eine Reduzierung der bezogenen Strommenge (vgl. Kriterium 4). Eine Quantifizierung erfolgt ggf. im kommenden Berichtszeitraum.

Leistungsindikator GRI SRS-303-3: Wasserentnahme  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Gesamte Wasserentnahme aus allen Bereichen in Megalitern sowie eine Aufschlüsselung der Gesamtmenge nach den folgenden Quellen (falls zutreffend):

- i.** Oberflächenwasser;
- ii.** Grundwasser;
- iii.** Meerwasser;
- iv.** produziertes Wasser;
- v.** Wasser von Dritten.

**b.** Gesamte Wasserentnahme in Megalitern aus allen Bereichen mit Wasserstress sowie eine Aufschlüsselung der Gesamtmenge nach den folgenden Quellen (falls zutreffend):

- i.** Oberflächenwasser;
- ii.** Grundwasser;
- iii.** Meerwasser;
- iv.** produziertes Wasser;
- v.** Wasser von Dritten sowie eine Aufschlüsselung des Gesamtvolumens nach den in i-iv aufgeführten Entnahmekategorien.

**c.** Eine Aufschlüsselung der gesamten Wasserentnahme aus jeder der in den Angaben 303-3-a und 303-3-b aufgeführten Quellen in Megalitern nach den folgenden Kategorien:

- i.** Süßwasser ( $\leq 1000$  mg/l Filtrattrockenrückstand (Total Dissolved Solids (TDS)));
- ii.** anderes Wasser ( $> 1000$  mg/l Filtrattrockenrückstand (TDS)).

**d.** Gegebenenfalls erforderlicher Kontext dazu, wie die Daten zusammengestellt wurden, z. B. Standards, Methoden und Annahmen.

**Osmosewasser zur Rotation in m<sup>3</sup> (2019):**

Druckerei	2017	2018	2019
NOZ Druckzentrum Osnabrück	476	444	409

Vgl. dazu auch Kriterium 4.



Leistungsindikator GRI SRS-306-2: Abfall

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Gesamtgewicht des gefährlichen Abfalls, gegebenenfalls mit einer Aufschlüsselung nach folgenden Entsorgungsverfahren:

- i.** Wiederverwendung
- ii.** Recycling
- iii.** Kompostierung
- iv.** Rückgewinnung, einschließlich Energierückgewinnung
- v.** Müllverbrennung (Massenverbrennung)
- vi.** Salzabwasserversenkung
- vii.** Mülldeponie
- viii.** Lagerung am Standort
- ix.** Sonstige (von der Organisation anzugeben)

**b.** Gesamtgewicht ungefährlicher Abfälle, gegebenenfalls mit einer Aufschlüsselung nach folgenden Entsorgungsverfahren:

- i.** Wiederverwendung
- ii.** Recycling
- iii.** Kompostierung
- iv.** Rückgewinnung, einschließlich Energierückgewinnung
- v.** Müllverbrennung (Massenverbrennung)
- vi.** Salzabwasserversenkung
- vii.** Mülldeponie
- viii.** Lagerung am Standort
- ix.** Sonstige (von der Organisation anzugeben)

**c.** Wie die Abfallentsorgungsmethode bestimmt wurde:

- i.** Direkt von der Organisation entsorgt oder anderweitig direkt bestätigt
- ii.** Vom Entsorgungsdienstleister zur Verfügung gestellte Informationen
- iii.** Organisatorische Standardmethoden des Entsorgungsdienstleisters

Die Abfallbilanzen der Druckereien werden im kommenden Berichtszeitraum abgeglichen und in der nächsten DNK-Erklärung veröffentlicht.

## 13. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.

### **Wichtigste Emissionsquellen**

Über die wichtigsten Emissionsquellen können für das Berichtsjahr noch keine Aussagen gemacht werden, da diese in den Unternehmen noch nicht systematisch erfasst werden. Die Quantifizierung ist ein langfristiger Prozess, der mit dem vorliegenden DNK-Prozess angestoßen werden kann.

### **Klimaschutz**

In Kriterium 4 werden die ökologischen Innovationen am Beispiel der Druckzentren vorgestellt. Die Verringerung von Verbräuchen und Betriebsmitteln ist auch immer ein Beitrag zum Klimaschutz. Gleiches gilt für das in Kriterium 12 vorgestellte Immobilienmanagement.

### **Klimaneutrale Zustellung**

Seit Oktober 2019 bietet die Neue Osnabrücker Zeitung GmbH und Co. KG (Neue Osnabrücker Zeitung) im Rahmen des Exklusiv-Abos die klimaneutrale Zustellung von Zeitungen an (zertifiziert durch die First Climate Markets AG).

### **Hosting**

Beim Hosting der digitalen Angebote der gesamten Mediengruppe wird ab 2021 zum Großteil auf die Amazon Cloud (AWS) gesetzt.

## **ePaper**

Die ePaper werden beim Publishing Partner Visiolink in Dänemark gehostet. Die Server des Dienst leisters werden ab Februar 2020 mit nachhaltigem Strom aus Wasserkraft betrieben.

## **Ziele**

In den kommenden Berichtsjahren gilt es, analog zur gesellschaftlichen und politischen Entwicklung Klimaschutz als Querschnittsaufgabe in der Mediengruppe zu etablieren.

### **Blätterwald**

Beim Blätterwald handelt es sich um ein Projekt der Neuen Osnabrücker Zeitung in Kooperation mit dem Verein „Trinkwasserwald e. V.“, das bis in das Jahr 2015 durchgeführt wurde. So wurden etwa in Bramsche im Jahr 2014 mit über 300 freiwilligen Teilnehmenden sowie dem Verein insgesamt 6.800 Rotbuchen, Bergahorn und Roteichen gepflanzt. Insgesamt wurden in den Jahren 2014 und 2015 durch den NOZ-Blätterwald 9.800 standortgerechte Laubbäume gepflanzt.

Das Projekt wirkt Treibhausgas-Emissionen entgegen, indem die auf 2,5 Hektar gepflanzten Bäume jährlich 10 t CO<sub>2</sub> pro Hektar binden. Durch eine einmalige Aktion wird eine dauerhafte Wirkung erzielt – ein markantes Beispiel für die Nachhaltigkeit im Sinne der langfristigen Wirksamkeit. Nicht zuletzt deshalb wird im kommenden Berichtszeitraum geprüft, ob das Projekt „Blätterwald“ in Zukunft wieder durchgeführt werden kann, insbesondere im Hinblick auf die Klimawirksamkeit (vgl. auch Kriterium 1 „Nachhaltigkeitsaspekte und Handlungsfelder“ – Klimaschutz).

### **UN-Nachhaltigkeitsziele 7, 13**

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator GRI SRS-305-1 (siehe GH-EN15): Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Bruttovolumen der direkten THG-Emissionen (Scope 1) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- b.** In die Berechnung einbezogene Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- c.** Biogene CO<sub>2</sub>-Emissionen in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- d.** Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
  - i.** der Begründung für diese Wahl;
  - ii.** der Emissionen im Basisjahr;
  - iii.** des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der Basisjahr-Emissionen geführt haben.
- e.** Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.
- f.** Konsolidierungsansatz für Emissionen; ob Equity-Share-Ansatz, finanzielle oder operative Kontrolle.
- g.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendetes Rechenprogramm.

Die klimarelevanten Emissionen (Scope 1 bis 3) wurden in den Druckereien im Berichtsjahr 2019 noch nicht ermittelt (vgl. zudem Kriterium 13).

Leistungsindikator GRI SRS-305-2: Indirekte energiebezogenen THG-Emissionen (Scope 2)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Bruttovolumen der indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- b.** Gegebenenfalls das Bruttovolumen der marktbasieren indirekten energiebedingten THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- c.** Gegebenenfalls die in die Berechnung einbezogenen Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- d.** Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
  - i.** der Begründung für diese Wahl;
  - ii.** der Emissionen im Basisjahr;
  - iii.** des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der Basisjahr-Emissionen geführt haben.
- e.** Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.
- f.** Konsolidierungsansatz für Emissionen; ob Equity-Share-Ansatz, finanzielle oder operative Kontrolle.
- g.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-305-1.

Leistungsindikator GRI SRS-305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Bruttovolumen sonstiger indirekter THG-Emissionen (Scope 3) in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten.
- b.** Gegebenenfalls die in die Berechnung einbezogenen Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- c.** Biogene CO<sub>2</sub>-Emissionen in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- d.** Kategorien und Aktivitäten bezüglich sonstiger indirekter THG-Emissionen (Scope 3), die in die Berechnung einbezogen wurden.
- e.** Das gegebenenfalls für die Berechnung gewählte Basisjahr, einschließlich:
  - i.** der Begründung für diese Wahl;
  - ii.** der Emissionen im Basisjahr;
  - iii.** des Kontextes für alle signifikanten Veränderungen bei den Emissionen, die zur Neuberechnung der Basisjahr-Emissionen geführt haben.
- f.** Quelle der Emissionsfaktoren und der verwendeten Werte für das globale Erwärmungspotenzial (Global Warming Potential, GWP) oder einen Verweis auf die GWP-Quelle.
- g.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-305-1.

---

Leistungsindikator GRI SRS-305-5: Senkung der THG-Emissionen  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen  
offenlegen:

- a.** Umfang der Senkung der THG-Emissionen, die direkte Folge von Initiativen zur Emissionssenkung ist, in Tonnen CO<sub>2</sub> Äquivalenten.
- b.** In die Berechnung einbezogene Gase; entweder CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, FKW, PFKW, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub> oder alle.
- c.** Basisjahr oder Basis/Referenz, einschließlich der Begründung für diese Wahl.
- d.** Kategorien (Scopes), in denen die Senkung erfolgt ist; ob bei direkten (Scope 1), indirekten energiebedingten (Scope 2) und/oder sonstigen indirekten (Scope 3) THG-Emissionen.
- e.** Verwendete Standards, Methodiken, Annahmen und/oder verwendete Rechenprogramme.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-305-1.

## Kriterien 14–20 zu GESELLSCHAFT

## Kriterien 14–16 zu ARBEITNEHMERBELANGEN

### 14. Arbeitnehmerrechte

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

#### **Arbeitnehmerrechte – Strategie, Maßnahmen und erreichte Ziele**

Die nationalen und internationalen Arbeitnehmerrechte werden bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN, die bislang nur in Deutschland ansässig ist, eingehalten. Die zentralen und dezentralen Personalfunktionen überwachen diese Einhaltung und sichern notwendige Anpassungen bei gesetzlichen Änderungen ab.

Es gibt sowohl durch arbeitsvertragliche Regelungen, durch Betriebsvereinbarungen als auch durch freiwillige Leistungen ein Angebot, das weit über die gesetzlichen Mindeststandards hinausgeht.

In zahlreichen Unternehmen bestehen Betriebsräte, mit denen konstruktiv zusammengearbeitet wird.

Rechte und Pflichten der betrieblichen Mitbestimmung werden eingehalten und ernst genommen. Im Rahmen von regelmäßigen Betriebsversammlungen oder anderen Dialogformaten findet ein Austausch zwischen den Geschäftsführungen, Betriebsräten und der Belegschaft statt.

Über das firmeninterne Intranet werden die jeweiligen Regelwerke und Leistungen für die Mitarbeitenden transparent dargestellt. Zudem wird hier täglich über aktuelle Entwicklungen in der Mediengruppe informiert. In neuen Formaten wie dem GF-Talk (Videotalk mit der Geschäftsführung) soll zudem in Zukunft ein Austausch von Mitarbeitenden sowie der Geschäftsführung stattfinden.

**NOZ Office 2016**



Bei dem Office-Projekt 2016 handelt es sich um ein mit der Fraunhofer-Gesellschaft und der Neuen Osnabrücker Zeitung ausgearbeitetes Bürokonzert. Die Projektdurchführung erfolgte von 2011 bis 2014. Ziele waren u. a. ein einheitlicher Möbelstandard für alle, ergonomisch optimierte Arbeitsplätze sowie ein stärkerer Wissenstransfer zwischen den Mitarbeitenden. Vorgeschlagen wurden sogenannte Mehrwertzonen (Lounges, Kommunikationsinseln, Rückzugszonen) und eine aufgabenangepasste Arbeits- und Büroumgebung sowie offene Arbeitsplatzkonzeptionen. Angestrebt wurden in diesem Zusammenhang eine Flächeneffizienzsteigerung, beispielsweise durch Desksharing, sowie eine größere Flexibilität, Transparenz und Anpassung an räumliche Erfordernisse.

Das Office-Konzept wird seitdem bei allen Neubauten angewendet (vgl. Kriterium 12 – Bramsche, Lingen und Wissenschaftspark Osnabrück). Zudem wird es sukzessive auf weitere Unternehmen der medienholding:nord ausgeweitet. In Bestandsgebäuden sind die Konzepte aufgrund baulicher Einschränkungen jedoch nicht in jedem Falle nachträglich anwendbar. Bei der Neubestellung von Bürobedarfen (z. B. ergonomische Schreibtische) wird immer auf das Konzept zurückgegriffen.

Das Office-Konzept wird entsprechend der Bedarfe und Präferenzen der Lebens- und Arbeitsweisen der Mitarbeitenden ständig weiterentwickelt.

**Beteiligung am Nachhaltigkeitsmanagement** Vgl. Kriterien 3 und 5.

**Chancen und Risiken** Im Zuge des Office-Projekts wurden damit einhergehende Chancen und Risiken im Rahmen von Work shops benannt. Neben den oben genannten Chancen wurden als Risiken die mögliche Ungleichbehandlung der einzelnen Unternehmen, eine mögliche Verunsicherung durch die Abkehr vom klassischen Arbeitsplatz sowie Beeinträchtigungen in der internen Kommunikation gesehen. Diese Risiken werden bis heute in den Planungen berücksichtigt.

**UN-Nachhaltigkeitsziele 8, 10**

## 15. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migrantinnen und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

## **Chancengerechtigkeit – Strategie, Maßnahmen und erreichte Ziele**

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie hat bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN einen großen Stellenwert. In den einzelnen Unternehmen existieren individuelle Ansätze mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Durch die Angebote und Rahmenbedingungen des Arbeitens sollen die Mitarbeitenden in allen Lebensphasen unterstützt werden und so ihre Leistungsfähigkeit erhalten bleiben. Eigenverantwortung der Mitarbeitenden und individuelle Abstimmungen mit den Vorgesetzten stehen dabei im Vordergrund. Das betrifft insbesondere die Gestaltung von Arbeitszeit und Arbeitsort. Persönliche Aspekte werden – sofern betrieblich möglich – berücksichtigt.

Diversität ist ein wichtiger kultureller Aspekt in der Mediengruppe. Er ist in den strategischen Kompetenzen für alle Mitarbeitenden verankert. Unterstützend dafür werden übergreifende Entwicklungsangebote offeriert. Konkret plant die Mediengruppe für 2020 eintägige Workshops zum Thema „Umgang mit Vielfalt stärken“.

In zahlreichen Unternehmen gibt es Schwerbehindertenbeauftragte. Bei der Ausgestaltung des betrieblichen Arbeits- und Gesundheitsschutzes werden die besonderen Belange für Menschen mit Behinderungen berücksichtigt. Beratungsstrukturen wie Betriebsärzte oder eine betriebliche Sozialberatung unterstützen ergänzend.

Eine starke Mitarbeiterbindung kennzeichnet die regional geprägte Mediengruppe. Dies ist nicht zuletzt das Ergebnis einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur.

Im Folgenden werden Aspekte beschrieben, die sich exemplarisch auf die Neue Osnabrücker Zeitung beziehen:

Vereinbarkeit von Beruf und Familie:

- Auszeichnung als „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ in Osnabrück seit 2017 (die Re-Zertifizierung wird angestrebt). Initiatoren sind die Familienbündnisse der Stadt Osnabrück und des Landkreises Osnabrück.
- Gütesiegel „Familienfreundliches Unternehmen“ im Emsland seit 2013 (Re-Zertifizierung im Jahr 2016, Erneuerungsverfahren Anfang 2021). Initiator ist die Emsländische Stiftung Beruf und Familie.

Vielfalt:

- Die Neue Osnabrücker Zeitung hat im Jahr 2016 die „Charta der Vielfalt“ unterschrieben.
- Die Neue Osnabrücker Zeitung fördert seit vielen Jahren fünf Stipendiaten

zeitgleich (drei DeutschlandStipendium, zwei EmslandStipendium). Die Förderung besteht aus einer monetären Unterstützung. Darüber hinaus haben die Stipendiaten die Möglichkeit, die Unternehmen der Mediengruppe und deren Arbeitsweisen z. B. in Form von Praktika kennenzulernen.

#### UN-Nachhaltigkeitsziele 3, 5, 10

## 16. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

### Personalentwicklung

Wesentliches Ziel ist der Erhalt und Ausbau der Leistungsfähigkeit der Beschäftigten und die Entwicklung ihrer Kompetenzen, um heutigen sowie künftigen, geänderten Anforderungen gerecht zu werden.

Die Mitarbeitenden sollen bestmöglich entsprechend ihrer Stärken und Potenziale beschäftigt werden. Dazu wurden zukunftsorientierte strategische Kompetenzen für Mitarbeitende sowie Führungskräfte definiert. Diese sind in den Mitarbeitergesprächen verankert, die jährlich geführt werden. Führungskräfte sowie Mitarbeitende vereinbaren in diesem Rahmen konkrete Entwicklungsschritte und Maßnahmen. Dabei kann auf die übergreifenden kompetenzbasierten Personalentwicklungsangebote zurückgegriffen werden. Ergänzend können individuelle Entwicklungsmaßnahmen vereinbart werden.

Der Prozess wird über die zentrale Personalentwicklung verantwortet und entsprechend der Ausrichtung der Unternehmensgruppe angepasst und ausgebaut.

### Die ‚campus‘-Philosophie

Unter ‚campus‘ werden alle Maßnahmen und Instrumente gebündelt, die der Weiterentwicklung der Mitarbeitenden der gesamten Mediengruppe NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN dienen. Damit wurde das Ziel erreicht, Qualifizierungsangebote für die gesamte Mediengruppe zu etablieren.

Der Mensch steht dabei im Zentrum aller Aktivitäten. Ziel ist, dass die

Mitarbeitenden über die richtigen Qualifikationen und Kompetenzen für ihre aktuellen Aufgaben verfügen und für künftige Veränderungen gerüstet sind. Die ‚campus‘-Angebote reichen dabei von Onboarding-Aktivitäten über individuelle Persönlichkeitsentwicklung bis zu Trainings für spezielle Zielgruppen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist das Teilen von Wissen in der Mediengruppe. Dieses ist häufig nicht transparent oder für andere verfügbar. Mit unterschiedlichen Maßnahmen soll dieses Wissen sichtbar gemacht werden und den Mitarbeitenden ermöglichen, über den eigenen Tellerrand zu schauen. So entwickelt sich auch die Organisation als Ganzes weiter.

Da Lernen auf unterschiedlichen Wegen erfolgen kann und nicht jeder Mensch gleich lernt, werden unterschiedliche Formate angeboten und unterstützt. Neben Trainings, Workshops oder Webinaren sind dies z. B. Netzwerkveranstaltungen, ein Mentoring-Programm oder der innerbetriebliche Unterricht für Auszubildende.

## **Ziele**

Im Jahr 2020 soll eine nachhaltige Führungskräfteentwicklung gestartet werden. Tragendes Element ist dabei die Stärkenorientierung. Die Bedarfe für die Unterstützung der Führungsarbeit werden in Workshops mit den Führungskräften erarbeitet, sodass entsprechend der zum Teil heterogenen Führungssituationen Personalentwicklungsangebote gesetzt werden können. Regelmäßige Impulse und die individuelle Begleitung werden wichtige Aspekte sein.

Darüber hinaus soll im Jahr 2020 die Einführung eines Learning Management System vorbereitet werden. Dieses Angebot ist der Einstieg in die Etablierung einer neuen Lernkultur, die selbstbestimmtes und flexibles Lernen für alle Beschäftigten ermöglicht und die digitale Transformation unterstützen soll. In diesem Zusammenhang ist geplant, eine (freiwillige) nachhaltigkeitsbezogene Schulung für die Mitarbeitenden der gesamten Mediengruppen über die Lernplattform anzubieten.

## **Chancen und Risiken**

Risiken werden insbesondere in der Transformation der Medienwirtschaft gesehen, die von den Mitarbeitenden Veränderungsbereitschaft, große Flexibilität und Anpassungen erfordert. Das proaktive Agieren der Mediengruppe am Beispiel der oben genannten Angebote soll die Mitarbeitenden hier unterstützen und stellt zugleich eine große Chance im Hinblick auf Wettbewerbsfähigkeit, Zukunftsfähigkeit und Image als attraktiver Arbeitgeber dar.

## **UN-Nachhaltigkeitsziel 4**

## Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator GRI SRS-403-9: Arbeitsbedingte Verletzungen  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Für alle Angestellten:

- i.** Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen;
- ii.** Anzahl und Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen (mit Ausnahme von Todesfällen);
- iii.** Anzahl und Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen;
- iv.** die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen;
- v.** Anzahl der gearbeiteten Stunden.

**b.** Für alle Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden:

- i.** Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen;
- ii.** Anzahl und Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen (mit Ausnahme von Todesfällen);
- iii.** Anzahl und Rate der dokumentierbaren arbeitsbedingten Verletzungen;
- iv.** die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Verletzungen;
- v.** Anzahl der gearbeiteten Stunden.

**Die Punkte c-g des Indikators SRS 403-9 können Sie entsprechend GRI entnehmen und an dieser Stelle freiwillig berichten.**

Leistungsindikator GRI SRS-403-10: Arbeitsbedingte Erkrankungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Für alle Angestellten:

- i.** Anzahl und Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen;
  - ii.** Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Erkrankungen;
  - iii.** die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Erkrankungen;
- b.** Für alle Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert

werden:

- i.** Anzahl der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen;
- ii.** Anzahl der dokumentierbaren arbeitsbedingten Erkrankungen;
- iii.** die wichtigsten Arten arbeitsbedingter Erkrankungen.

**Die Punkte c-e des Indikators SRS 403-10 können Sie entsprechend GRI entnehmen und an dieser Stelle freiwillig berichten.**

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

Leistungsindikator GRI SRS-403-4: Mitarbeiterbeteiligung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die berichtende Organisation muss für Angestellte und Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und/oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden, folgende Informationen offenlegen:

**a.** Eine Beschreibung der Verfahren zur Mitarbeiterbeteiligung und Konsultation bei der Entwicklung, Umsetzung und Leistungsbewertung des Managementsystems für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz und zur Bereitstellung des Zugriffs auf sowie zur Kommunikation von relevanten Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gegenüber den Mitarbeitern.

**b.** Wenn es formelle Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gibt, eine Beschreibung ihrer Zuständigkeiten, der Häufigkeit der Treffen, der Entscheidungsgewalt und, ob und gegebenenfalls warum Mitarbeiter in diesen Ausschüssen nicht vertreten sind.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-403-9.

---

Leistungsindikator GRI SRS-404-1 (siehe G4-LA9): Stundenzahl der Aus- und Weiterbildungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** durchschnittliche Stundenzahl, die die Angestellten einer Organisation während des Berichtszeitraums für die Aus- und Weiterbildung aufgewendet haben, aufgeschlüsselt nach:

- i.** Geschlecht;
- ii.** Angestelltenkategorie.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-403-9.

Leistungsindikator GRI SRS-405-1: Diversität

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Prozentsatz der Personen in den Kontrollorganen einer Organisation in jeder der folgenden Diversitätskategorien:

- i.** Geschlecht;
- ii.** Altersgruppe: unter 30 Jahre alt, 30-50 Jahre alt, über 50 Jahre alt;
- iii.** Gegebenenfalls andere Diversitätsindikatoren (wie z. B. Minderheiten oder schutzbedürftige Gruppen).

**b.** Prozentsatz der Angestellten pro Angestelltenkategorie in jeder der folgenden Diversitätskategorien:

- i.** Geschlecht;
- ii.** Altersgruppe: unter 30 Jahre alt, 30-50 Jahre alt, über 50 Jahre alt;
- iii.** Gegebenenfalls andere Diversitätsindikatoren (wie z. B. Minderheiten oder schutzbedürftige Gruppen).

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-403-9.

Leistungsindikator GRI SRS-406-1: Diskriminierungsvorfälle  
Die berichtende Organisation muss folgende Informationen  
offenlegen:

- a. Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle während des Berichtszeitraums.
- b. Status der Vorfälle und ergriffene Maßnahmen mit Bezug auf die folgenden Punkte:
  - i. Von der Organisation geprüfter Vorfall;
  - ii. Umgesetzte Abhilfepläne;
  - iii. Abhilfepläne, die umgesetzt wurden und deren Ergebnisse im Rahmen eines routinemäßigen internen Managementprüfverfahrens bewertet wurden;
  - iv. Vorfall ist nicht mehr Gegenstand einer Maßnahme oder Klage.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-403-9.

## Kriterium 17 zu MENSCHENRECHTEN

### 17. Menschenrechte

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.

#### **Menschenrechte**

Das Thema Menschenrechte wurde im Rahmen des DNK-Prozesses als nicht wesentlich für die vorliegende Erklärung identifiziert. Dies ist dem Kerngeschäft der Mediengruppe geschuldet (vgl. Allgemeine Informationen). Risiken und negative Auswirkungen auf Menschenrechte sind durch die Geschäftstätigkeit im Berichtsjahr nicht zu erkennen.

Als ein konkretes Projekt lässt sich dennoch die Unterstützung des Standortes Flensburg für den gemeinnützigen Verein Viva con Aqua de Sankt Pauli e. V. nennen. Dieser setzt sich dafür ein, dass alle Menschen weltweit Zugang zu sauberem Trinkwasser erhalten. Im kommenden Berichtszeitraum wird die Umsetzung dieses Projekts in weiteren Unternehmen der Mediengruppe geprüft.

#### **UN-Nachhaltigkeitsziele 3, 6, 12**



## Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

Leistungsindikator GRI SRS-412-3: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Investitionsvereinbarungen

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Gesamtzahl und Prozentsatz der erheblichen Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden.

**b.** Die verwendete Definition für „erhebliche Investitionsvereinbarungen“.

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

Leistungsindikator GRI SRS-412-1: Auf Menschenrechtsaspekte geprüfte Betriebsstätten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde, aufgeschlüsselt nach Ländern.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-412-3.

Leistungsindikator GRI SRS-414-1: Auf soziale Aspekte geprüfte, neue Lieferanten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Prozentsatz der neuen Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-412-3.

Leistungsindikator GRI SRS-414-2: Soziale Auswirkungen in der Lieferkette

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a. Zahl der Lieferanten, die auf soziale Auswirkungen überprüft wurden.
- b. Zahl der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen ermittelt wurden.
- c. Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen, die in der Lieferkette ermittelt wurden.
- d. Prozentsatz der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen erkannt und infolge der Bewertung Verbesserungen vereinbart wurden.
- e. Prozentsatz der Lieferanten, bei denen erhebliche tatsächliche und potenzielle negative soziale Auswirkungen erkannt wurden und infolgedessen die Geschäftsbeziehung beendet wurde, sowie Gründe für diese Entscheidung.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-412-3.

## Kriterium 18 zu SOZIALES/GEMEINWESEN

### 18. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.

#### **Gemeinwesen**

Die in den Kriterien 1 und 2 genannte regionale Verbundenheit der Mediengruppe manifestiert sich auch in zahlreichen Gemeinwesen orientierten Projekten. Im Folgenden wird insbesondere auf ausgewählte Projekte der mh:n MEDIEN Bezug genommen:

*ZiKiTa*

Das Zikita-Projekt richtet sich an Vorschulkinder. Während des vierwöchigen Projektzeitraums erhalten die teilnehmenden Kinder ihre eigene Tageszeitung. Die Erzieherinnen und Erzieher bekommen eine Mappe mit vielen Ideen und Anleitungen zur Zeitungsarbeit mit den Kindern. Eltern erhalten im Rahmen des Projektes eine Broschüre mit Tipps zum Einsatz der Zeitung mit den Kindern und können auf Wunsch die Zeitung nach Hause geliefert bekommen.

#### *KiZ*

Die Kinder-Zeitung KiZ informiert täglich Kinder zwischen sechs und zwölf Jahren darüber, was in ihrer Region und in der Welt passiert. Um ihre besondere Stellung hervorzuheben, steht die KiZ immer im Querformat auf der letzten Seite des Familienmagazins. Die wichtigsten Themen sind zusätzlich online abrufbar.

#### *KiNA*

Die KiNA – Nachrichten für Kinder informieren täglich die sechs- bis zwölfjährigen Leser, was in Schleswig-Holstein und der Welt geschieht – mit Kindern als Medienmachern. KiNA-Reporter sind Kinder und Jugendliche.

#### *iPad-Klasse*

Grundidee der Tablet-Projekte ist, Kinder möglichst frühzeitig an das Zeitungslesen heranzuführen. Sie sollen lernen, dass Nachrichten auch unabhängig von Papier existieren. Das neue Projekt verfolgt das Ziel, im Unterricht mithilfe der digitalen Zeitung einen Bezug zu aktuellen Ereignissen herzustellen und in Lerneinheiten die Medienkompetenz zu verbessern. Lehrkräfte werden für den Einsatz der Tablets im Unterricht geschult und mit medienpädagogischem Unterrichtsmaterial ausgestattet.

### *Zeitungspaten*

Im Verbreitungsgebiet werden in Schulen mit Unterstützung eines „Zeitungspaten“ Lese-Ecken eingerichtet. Ziel des Projekts ist es, Schülerinnen und Schülern den Zugang zur Tageszeitung zu ermöglichen, um die Lesekompetenz und das Interesse am lokalen Geschehen zu erhöhen. Die jeweilige Schule erhält kostenfrei zwei Zeitungen, einen Sitzsack und einen Tisch. Ein zusätzliches Roll-up präsentiert die Lesecke in der Schule.

### *Tablet-Schulungen für jedermann*

Seit 2014 führen der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag und der A. Beig-Verlag in Kooperation mit der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein gemeinsame Tablet-Schulungen für jedermann durch. In Kleingruppen lernen die Teilnehmenden den grundlegenden Umgang mit einem Tablet sowie dessen vielfältige Einsatzmöglichkeiten kennen.

### *Diplomatischer Salon*

„Der Prignitzer“ und die Hoeck-Stiftung laden gemeinsam mehrfach im Jahr in den „Diplomatischen Salon“ ein. Botschafter aus ganz unterschiedlichen Ländern stellen ihre Heimat vor und beantworten die Fragen der Gäste. Bisher waren u. a. Botschafter aus Slowenien, Estland, Ruanda, Kosovo, Moldawien, Malta und Tschechien zu Gast.

### *Viva con Aqua*

Vgl. Kriterium 17

### *Deckelsammelaktion*

Von 2015 bis 2019 sammelten die Prignitzer Einwohner Plastikdeckel für einen guten Zweck. Der Erlös wird über Rotary International für die Impfkampagne zur Ausrottung der Kinderlähmung gestiftet. In vier Jahren hat der Rotary Club Perleberg fast zehn Tonnen, knapp 5,6 Millionen Kunststoffdeckel, gesammelt und damit 9.400 Impfungen gegen Kinderlähmung finanziert. Das Projekt wurde im Jahr 2019 erfolgreich beendet.

Im Bereich der NOZ MEDIEN werden vergleichbare Projekte für Kitas und Schulen angeboten. Gleiches gilt für Tablet-Schulungen und die angesprochenen Patenschaften. Hervorzuheben sind zudem die langjährige Medienpartnerschaft mit dem Osnabrücker Zoo und das in Kriterium 13 vorgestellte Projekt Blätterwald.

### **UN-Nachhaltigkeitsziel 17**

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 18

Leistungsindikator GRI SRS-201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** den zeitanteilig abgegrenzten, unmittelbar erzeugten und ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert, einschließlich der grundlegenden Komponenten der globalen Tätigkeiten der Organisation, wie nachfolgend aufgeführt. Werden Daten als Einnahmen-Ausgaben-Rechnung dargestellt, muss zusätzlich zur Offenlegung folgender grundlegender Komponenten auch die Begründung für diese Entscheidung offengelegt werden:

- i.** unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert: Erlöse;
- ii.** ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert: Betriebskosten, Löhne und Leistungen für Angestellte, Zahlungen an Kapitalgeber, nach Ländern aufgeschlüsselte Zahlungen an den Staat und Investitionen auf kommunaler Ebene;
- iii.** beibehaltener wirtschaftlicher Wert: „unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert“ abzüglich des „ausgeschütteten wirtschaftlichen Werts“.

**b.** Der erzeugte und ausgeschüttete wirtschaftliche Wert muss getrennt auf nationaler, regionaler oder Marktebene angegeben werden, wo dies von Bedeutung ist, und es müssen die Kriterien, die für die Bestimmung der Bedeutsamkeit angewandt wurden, genannt werden.

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

## Kriterien 19–20 zu COMPLIANCE

## 19. Politische Einflussnahme

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.

### **Aktuelle Gesetzgebungsverfahren**

Die Mediengruppe hat im Berichtsjahr 2019 keine eigenen Eingaben zu aktuellen Gesetzgebungsverfahren gemacht. Eine Einflussnahme findet in der Regel über den Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e. V. (BDZV) statt. Für das Berichtsjahr sind z. B. das Verwertungsrecht, das Telemediengesetz und die Novellierung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu nennen.

### **Politisch neutrale Berichterstattung**

Politische Parteien werden gleichbehandelt, um eine neutrale Berichterstattung zu ermöglichen. Es existieren feste Vorschriften zur Regelung von politischer Berichterstattung. Ein Parteibezug ist ausgeschlossen, da sich die Mediengruppe der objektiven Berichterstattung verschrieben hat.

### **Mitgliedschaften**

Die Unternehmen sind der jeweiligen Geschäftstätigkeit entsprechend Mitglied in Branchenverbänden. Die Erfassung ist Teil des vorgesehenen Nachhaltigkeitsmanagements.

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

Leistungsindikator GRI SRS-415-1: Parteispenden

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Monetären Gesamtwert der Parteispenden in Form von finanziellen Beiträgen und Sachzuwendungen, die direkt oder indirekt von der Organisation geleistet wurden, nach Land und Empfänger/Begünstigtem.

**b.** Gegebenenfalls wie der monetäre Wert von Sachzuwendungen geschätzt wurde.

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

## 20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

### **Compliance**

Eine einheitliche Compliance-Richtlinie für die gesamte Mediengruppe existiert derzeit noch nicht. Inhaltlich stimmen die Compliance-Richtlinien in den verschiedenen Unternehmen – abgesehen von formalen und organisatorischen Aspekten – jedoch weitgehend überein. Deren Einhaltung wird von der Revision durch interne Kontrollsysteme (IKS) überwacht.

Ziel ist es, diese Richtlinien mittelfristig weiter zusammenzuführen. Wichtige Schritte wurden bereits in den Bereichen Rechnungsprüfung, Vertragsgestaltung und Prüfung, Datenschutz, Reisekosten- und Spesenregelung unternommen.

Die Vereinheitlichung der Richtlinien ermöglicht ein abgestimmtes und proaktives Vorgehen. Dies hat sich bei der Umsetzung der DSGVO als förderlich erwiesen.

### **Verantwortung und Risiken**

Verantwortlich für das gesetzes- und richtlinienkonforme Verhalten sind die Geschäftsführer der je weiligen Unternehmen der Mediengruppe. In den Unternehmen erfolgt auch die Bestimmung der ent sprechenden branchenbezogenen Risiken.

## Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

Leistungsindikator GRI SRS-205-1: Auf Korruptionsrisiken geprüfte Betriebsstätten

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

- a.** Gesamtzahl und Prozentsatz der Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden.
- b.** Erhebliche Korruptionsrisiken, die im Rahmen der Risikobewertung ermittelt wurden.

Da es sich bei der NOZ MEDIEN / mh:n MEDIEN um eine Dachmarke und nicht um eine Holding im rechtlichen Sinne handelt, kann dieser Indikator nicht berichtet werden.

Den Unternehmen der Mediengruppe wird empfohlen, die Leistungsindikatoren und Kriterien des DNK als Grundlage für den Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements zu verwenden.

Leistungsindikator GRI SRS-205-3: Korruptionsvorfälle

Die berichtende Organisation muss über folgende Informationen berichten:

- a.** Gesamtzahl und Art der bestätigten Korruptionsvorfälle.
- b.** Gesamtzahl der bestätigten Vorfälle, in denen Angestellte aufgrund von Korruption entlassen oder abgemahnt wurden.
- c.** Gesamtzahl der bestätigten Vorfälle, in denen Verträge mit Geschäftspartnern aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Korruption gekündigt oder nicht verlängert wurden.
- d.** Öffentliche rechtliche Verfahren im Zusammenhang mit Korruption, die im Berichtszeitraum gegen die Organisation oder deren Angestellte eingeleitet wurden, sowie die Ergebnisse dieser Verfahren.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-205-1.



Leistungsindikator GRI SRS-419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

Die berichtende Organisation muss folgende Informationen offenlegen:

**a.** Erhebliche Bußgelder und nicht-monetäre Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Gesetzen und/oder Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich, und zwar:

- i.** Gesamtgeldwert erheblicher Bußgelder;
- ii.** Gesamtanzahl nicht-monetärer Sanktionen;
- iii.** Fälle, die im Rahmen von Streitbeilegungsverfahren vorgebracht wurden.

**b.** Wenn die Organisation keinen Fall von Nichteinhaltung der Gesetze und/oder Vorschriften ermittelt hat, reicht eine kurze Erklärung über diese Tatsache aus.

**c.** Der Kontext, in dem erhebliche Bußgelder und nicht-monetäre Sanktionen auferlegt wurden.

Vgl. Leistungsindikator GRI SRS-205-1.

# Übersicht der GRI-Indikatoren in der DNK-Erklärung

In dieser DNK-Erklärung wurde nach dem „comply or explain“ Prinzip zu den nachfolgend aufgeführten GRI-Indikatoren berichtet. Dieses Dokument verweist auf die GRI-Standards 2018 für GRI SRS 303 und 403 und auf die GRI-Standards 2016 für alle anderen angewandten GRI-Standards.

Bereiche	DNK-Kriterien	GRI SRS Indikatoren
STRATEGIE	1. Strategische Analyse und Maßnahmen	
	2. Wesentlichkeit	
	3. Ziele	
	4. Tiefe der Wertschöpfungskette	
PROZESS-MANAGEMENT	5. Verantwortung	GRI SRS 102-16
	6. Regeln und Prozesse	
	7. Kontrolle	
	8. Anreizsysteme	GRI SRS 102-35 GRI SRS 102-38
	9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	GRI SRS 102-44
	10. Innovations- und Produktmanagement	G4-FS11
UMWELT	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	GRI SRS 301-1
	12. Ressourcenmanagement	GRI SRS 302-1 GRI SRS 302-4 GRI SRS 303-3 GRI SRS 306-2
	13. Klimarelevante Emissionen	GRI SRS 305-1 GRI SRS 305-2 GRI SRS 305-3 GRI SRS 305-5
GESELLSCHAFT	14. Arbeitnehmerrechte	GRI SRS 403-4
	15. Chancengerechtigkeit	GRI SRS 403-9
	16. Qualifizierung	GRI SRS 403-10 GRI SRS 404-1 GRI SRS 405-1 GRI SRS 406-1
	17. Menschenrechte	GRI SRS 412-3 GRI SRS 412-1 GRI SRS 414-1 GRI SRS 414-2
	18. Gemeinwesen	GRI SRS 201-1
	19. Politische Einflussnahme	GRI SRS 415-1
	20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	GRI SRS 205-1 GRI SRS 205-3 GRI SRS 419-1