

Rheinische Post Mediengruppe

Nachhaltigkeitsbericht der Rheinische Post
Mediengruppe für das Geschäftsjahr 2023

Vorwort

Vorwort

Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Liebe Leserinnen und Leser,

wir als Rheinische Post Mediengruppe sind mit unseren Medienaktivitäten ein wichtiger Akteur in unseren Verbreitungsgebieten. Das gilt auch für das Thema Nachhaltigkeit – wir kennen unsere besondere Verantwortung für nachhaltiges Handeln als Medienhaus. Wir wissen, dass **heutzutage unternehmerische Tätigkeit und Nachhaltigkeit nicht mehr voneinander zu trennen** sind. Somit freuen wir uns sehr, Sie über unsere Aktivitäten hinsichtlich Nachhaltigkeit zu informieren und den **Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2023** zu veröffentlichen.

Das vergangene Jahr war ereignisreich und für uns als Mediengruppe herausfordernd. Umso stolzer sind wir, dass wir die Ende 2022 verabschiedete Nachhaltigkeitsstrategie und die damit einhergehenden Projekte sowie Investitionen erfolgreich vorangetrieben und umgesetzt haben.

Der große Stein, er rollt – und er soll möglichst lange und möglichst weit rollen.

Wir laden Sie ein, uns auf unserem Weg hin zu einem nachhaltigeren Unternehmen zu begleiten. Lesen Sie im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, wo wir als Mediengruppe stehen, welche Themen uns beschäftigen, welche Maßnahmen wir durchgeführt haben, aber auch welche Ziele wir uns gesetzt haben.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre des Berichts!



Johannes Werle
Vorsitzender der Geschäftsführung
Rheinische Post Mediengruppe



Felixa Eisenbeis
Leitung Nachhaltigkeit
Rheinische Post Mediengruppe

In diesem Nachhaltigkeitsbericht werden weitestgehend geschlechterneutrale Personenbezeichnungen genutzt. In Fällen, in denen dies nicht möglich ist, wird das generische Maskulinum zur besseren Lesbarkeit verwendet. Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.



Sie haben Fragen, Wünsche
oder Anregungen zum Thema
Nachhaltigkeit?

Schreiben Sie mir gerne:
felixa.eisenbeis@rheinische-post.de

Ich freue mich auf
den Austausch.

Vorwort
Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Inhalt

Vorwort 2
Inhalt 3
Einleitung 4
Unternehmensportrait 5

01 Nachhaltigkeit 7

1.1. Strategie 8
1.2. Team 10
1.3. Berichterstattung 11
1.4. Datenerfassungsstruktur 12

02 Umwelt 13

2.1. CO₂-Fußabdruck 15
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt 15
 2.1.2. Geschäftsbereiche 19
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck 20
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik 25
 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung 28
 2.1.6. Geschäftsbereich Digital 35
2.2. Klimawandel und Klimaschutz 38
2.3. Energie 39
2.4. Umweltverschmutzung 40
 2.4.1. Luftverschmutzung 40
 2.4.2. Wasserverschmutzung 41
 2.4.3. Besorgniserregende Stoffe 41
2.5. Wasserressourcen 42
 2.5.1. Wasserverbrauch 42
 2.5.2. Ableitung von Wasser 42
2.6. Kreislaufwirtschaft 43
 2.6.1. Abfälle 43

03 Soziales 44

3.1. Personal 45
3.2. Arbeitsbedingungen 46
3.3. Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben .. 48
3.4. Gesundheitsschutz und Sicherheit 49
3.5. Gleichbehandlung, Chancengleichheit
 und Vielfalt 51
3.6. Schulungen und Kompetenzentwicklung ... 52
3.7. Beschäftigung Minderjähriger 53

04 Unternehmensführung 54

4.1. Unabhängigkeit der Redaktion und
 politisches Engagement 55
4.2. Unternehmenskultur/-werte und
 Führungsleitlinien 56
4.3. Compliance 58
 4.3.1. Informationssicherheit und
 Datenschutz 59
 4.3.2. Management der Beziehungen zu
 Lieferanten 60
 4.3.3. Schutz von Hinweisgebenden 62
 4.3.4. Korruption und Bestechung 63

Impressum 64



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung

Impressum

Einleitung

Als regional verankertes Unternehmen hat die Rheinische Post Mediengruppe ihre Nachhaltigkeitsstrategie, als Resultat eines konzernweiten Projektes, Ende 2022 verabschiedet. Bereits davor stellte „Nachhaltigkeit“ einen der fünf Unternehmenswerte der Mediengruppe dar:

Wir sind uns als Medienhaus unserer besonderen Verantwortung für nachhaltiges Handeln bewusst. Der schonende Umgang mit allen Ressourcen ist ein wichtiger Bestandteil unserer unternehmerischen Entscheidungen und unserer täglichen Arbeit.

Die Nachhaltigkeitsstrategie zeichnet sich durch **realistisch-ambitionierte Ziele** und **konkrete Maßnahmen** für die gesamte Mediengruppe aus. Der Aufbau eines Berichtswesens und einer verlässlichen Datenbasis zur Bilanzierung und Analyse der klimaschädlichen Emissionen der wirtschaftlichen Tätigkeiten gemäß den neuen, für das Geschäftsjahr 2025 erstmals anwendbaren Berichtspflichten bildet eine der Hauptsäulen der Nachhaltigkeitsstrategie.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist **der erste extern veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht der Mediengruppe**. Die Berichtsstruktur orientiert sich weitestgehend an den von der European Financial

Reporting Advisory Group (EFRAG) verabschiedeten European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Ziele des Berichts sind:



1. Transparenz schaffen



2. Ziele, Maßnahmen, Ergebnisse und Entwicklungen vorstellen



3. Nachhaltigkeit bei der Rheinische Post Mediengruppe greifbar machen



4. Grundlagen für den internen und externen Nachhaltigkeits-Dialog bilden

Unternehmensportrait

Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

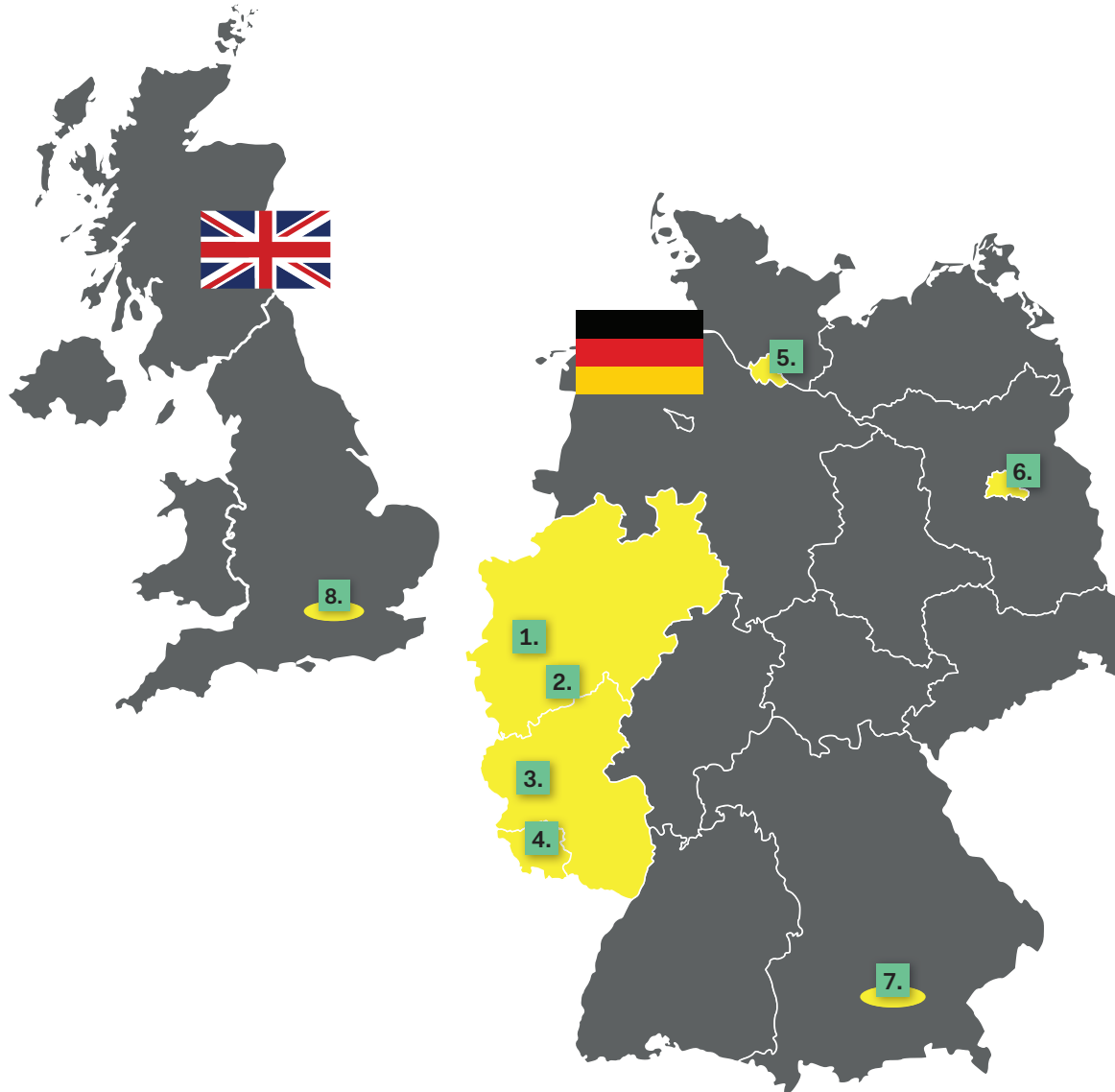
01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung

Impressum



1. Düsseldorf & Niederrhein
2. Bonn
3. Trier
4. Saarbrücken
5. Hamburg
6. Berlin
7. München
8. London

10.505 Mitarbeitende
(inkl. Zustellende)



Unternehmensportrait

Die Rheinische Post Mediengruppe befindet sich unter den **TOP 5** der regionalen deutschen Zeitungsverlage

1 Familienunternehmen mit
5 Tageszeitungen und
5 Anzeigenblattverlagen

2 eigene
Druckereien

11,35 Mio.
monatliche Unique User*

7.798
Zustellende

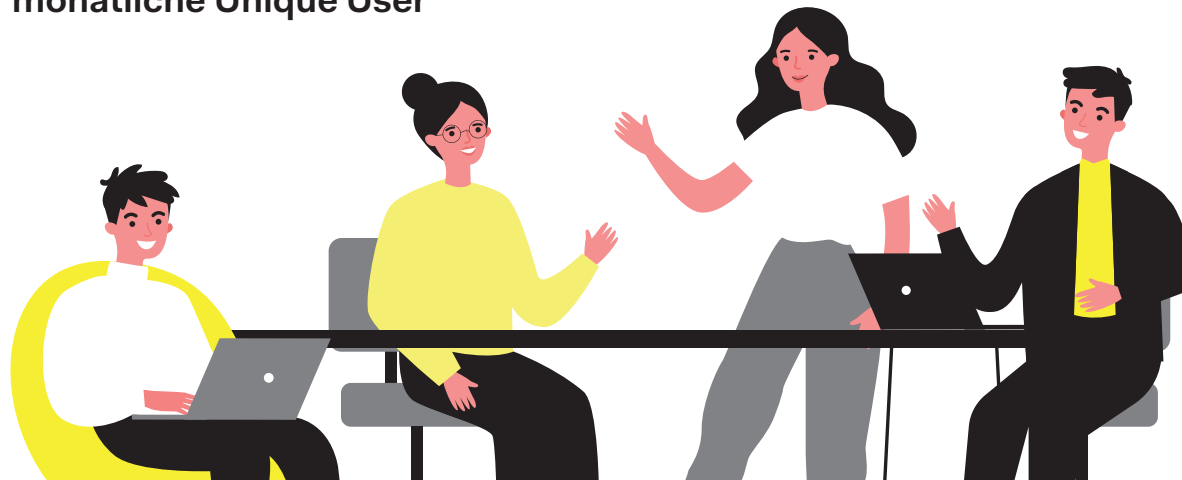
584
journalistisch tätige
Personen

Nationale Konvergenz-
reichweite von **4.960 Tsd.**
Lesende pro Woche**

80+
Fachzeitschriften, -zeit-
schriften und -bücher
rund um Logistik, Trans-
port und Schifffahrt

Beteiligung an **17**
Hörfunksendern

Außerdem:
Fachveranstaltungen und
Branchenevents, Immobilien
und Erlebniswelten



*Quelle: b4p 2023 I und Verlagsangaben 2023; monatliche Unique User der Online-Portale der Tageszeitungen. Der Unique User beschreibt Anzahl der Personen, die in einem bestimmten Zeitraum mindestens einmal auf eine bestimmte Webseite zugegriffen haben.

**Quelle: ag.ma Konvergenzdatei 2023. Gebiet: Deutschland Gesamt, 70,1 Millionen deutschsprachige Personen im Alter ab 14 Jahren. Die Konvergenzdatei der ag.ma ermöglicht die Ermittlung der crossmedialen Reichweiten („Markenreichweiten“), also der Anzahl an Menschen, die durchschnittlich pro Tag, Woche oder Monat mit der Tageszeitung und dem Digital-Angebot einer Marke erreicht werden.

Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

- 1.1. Strategie
- 1.2. Team
- 1.3. Berichterstattung
- 1.4. Datenerfassungsstruktur

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

01 Nachhaltigkeit



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

1.1. Strategie

1.2. Team

1.3. Berichterstattung

1.4. Datenerfassungsstruktur

02

Umwelt

03

Soziales

04

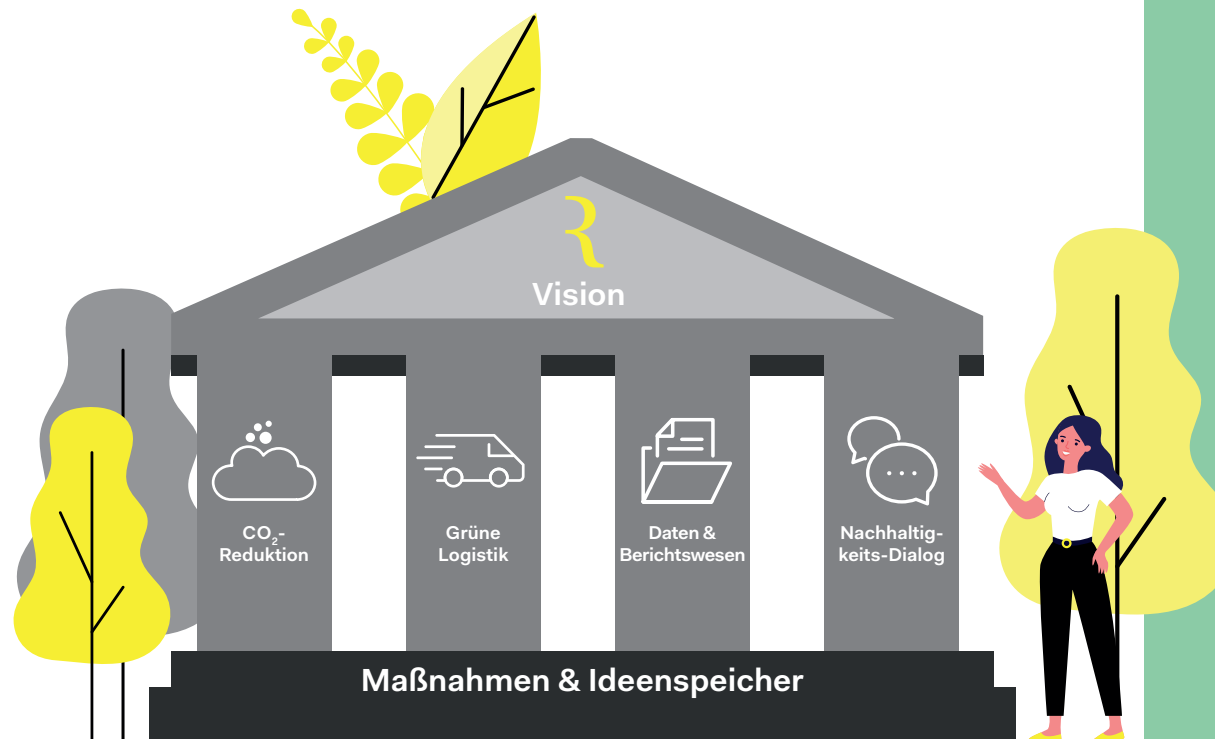
Unternehmensführung

Impressum

1.1. Strategie

Die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie erstreckte sich über einen Zeitraum von sieben Monaten (Mai bis November 2022). Der Prozess war (1) standortübergreifend und (2) partizipativ gestaltet, sodass knapp 30 Personen aus verschiedenen Fachbereichen, Standorten und Hierarchieebenen (Druckereien, Energie, Logistik/Zustellung, Einkauf, Innen- und Immobilienverwaltung, Controlling, Vermarktung, Kommunikation sowie die Holding-Geschäftsführung) in digitalen TEAMS-Meetings sowie zwei mehrtägigen Präsenz-Workshops in Düsseldorf-Heerdt zusammenkamen.

In Anlehnung an die von den Vereinten Nationen definierten 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung setzt die Mediengruppe vorerst den **Fokus auf umweltbezogene Themen**. Die entwickelte Nachhaltigkeitsvision der Mediengruppe stützt sich auf insgesamt vier Säulen, welche die vier strategischen Nachhaltigkeitsziele für die priorisierten Bereiche (Druckereien, Energie, Logistik/Zustellung, Einkauf, Innen- und Immobilienverwaltung, Controlling sowie Kommunikation) abbilden. Das Fundament der Nachhaltigkeitsstrategie bilden zehn ausformulierte und umsetzungsbereite Maßnahmen sowie ein Ideen-speicher mit über 30 weiteren Maßnahmen.



Nachhaltigkeitsvision der
Rheinische Post Mediengruppe:

”

Als regional verwurzelte
Mediengruppe leisten wir einen
wertvollen Beitrag zur
Bewahrung einer lebenswerten
Heimat. In unseren Regionen
verstehen wir uns als lokalen
Vorreiter und innovativen
Antreiber für Nachhaltigkeit.
Wir reduzieren die Umweltwir-
kungen unserer Tätigkeiten und
achten auf die bestmögliche
Schonung von Klima und
Ressourcen. Ebenso sehen
wir uns in der Verantwortung,
unsere Leser, Nutzer, Mitarbei-
ter und Partner durch einen
transparenten Dialog für nach-
haltiges Handeln zu begeistern
– heute und in Zukunft.

“

Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

1.1. Strategie

- 1.2. Team
- 1.3. Berichterstattung
- 1.4. Datenerfassungsstruktur

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Im Januar 2023 startete die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Viel Aufwand wurde seitdem in die Bearbeitung der ersten, dritten und vierten Säule („CO₂-Reduktion“, „Daten & Berichtswesen“ und „Nachhaltigkeits-Dialog“) gesteckt. Umgesetzte Maßnahmen, wichtige Entwicklungen und Projekte werden im vorliegenden Bericht detailliert beschrieben.

Ziel	Zielbeschreibung	Maßnahmen
CO₂-Reduktion	Wir nutzen aktiv jede sich bietende wirtschaftlich sinnvolle Möglichkeit zur maximalen Reduzierung unserer CO ₂ -Emissionen. Dazu ermitteln wir systematisch die Ressourcenverbräuche und untersuchen unsere gesamten Wertschöpfungsketten. Zielführende Maßnahmen zur Realisierung von Einsparpotenzialen in unseren Gebäuden, Produktionsstätten und Logistikketten sowie zur Stärkung der Unabhängigkeit von Energielieferungen setzen wir zeitnah und konsequent um.	<ul style="list-style-type: none"> • Umstellung auf Ökostrom/ Eigenerzeugung • Gebäude-Optimierung
Grüne Logistik	Wir reduzieren den CO ₂ -Ausstoß bei Transport und Zustellung unserer Produkte durch optimale Planung, Beschaffung und Einsatz aller Ressourcen unter Berücksichtigung nachhaltiger Innovationen. Wir fokussieren uns dabei auf die sukzessive Umstellung der Fahrzeuge unserer Logistikkette auf emissionsarme Antriebe sowie auf die Vermeidung von umweltschädlichen Verpackungsmaterialien.	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion Verpackungsmaterialien – Folienfreie Auslieferung • Analyse Umsetzungsmöglichkeiten im Fuhrpark • Reduktion Verpackungsmaterialien – Alternative Umreifung Pakete
Daten & Berichtswesen	Daten sind die Grundlage jeder Entscheidung. Wir setzen uns daher zum Ziel, im Jahr 2023 erstmalig einen umfassenden Corporate Carbon Footprint (CCF) der RPM zu ermitteln und wesentliche Daten transparent zu kommunizieren. Durch die kontinuierliche Verbesserung und Erweiterung der Datenbasis werden wir in der Lage sein, zukünftige Berichtsanforderungen vollständig zu erfüllen.	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwortliche für Standorte und Bereiche festlegen • Tool, Prozesse plus Kennzahlen in 2023 in Betrieb nehmen • Berichtswesen
Nachhaltigkeits-Dialog	Wir verpflichten uns zu einem kontinuierlichen und transparenten Nachhaltigkeits-Dialog. Wir werden, nach Fertigstellung und interner Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie, im Laufe des Jahres 2024 die externe Kommunikation beginnen und dabei alle verfügbaren Medien zur aktiven, glaubwürdigen, nachvollziehbaren und konkreten Information nutzen.	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation mit den Mitarbeitenden • Externe Kommunikation



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit
 1.1. Strategie
1.2. Team
 1.3. Berichterstattung
 1.4. Datenerfassungsstruktur

02

Umwelt

03

Soziales

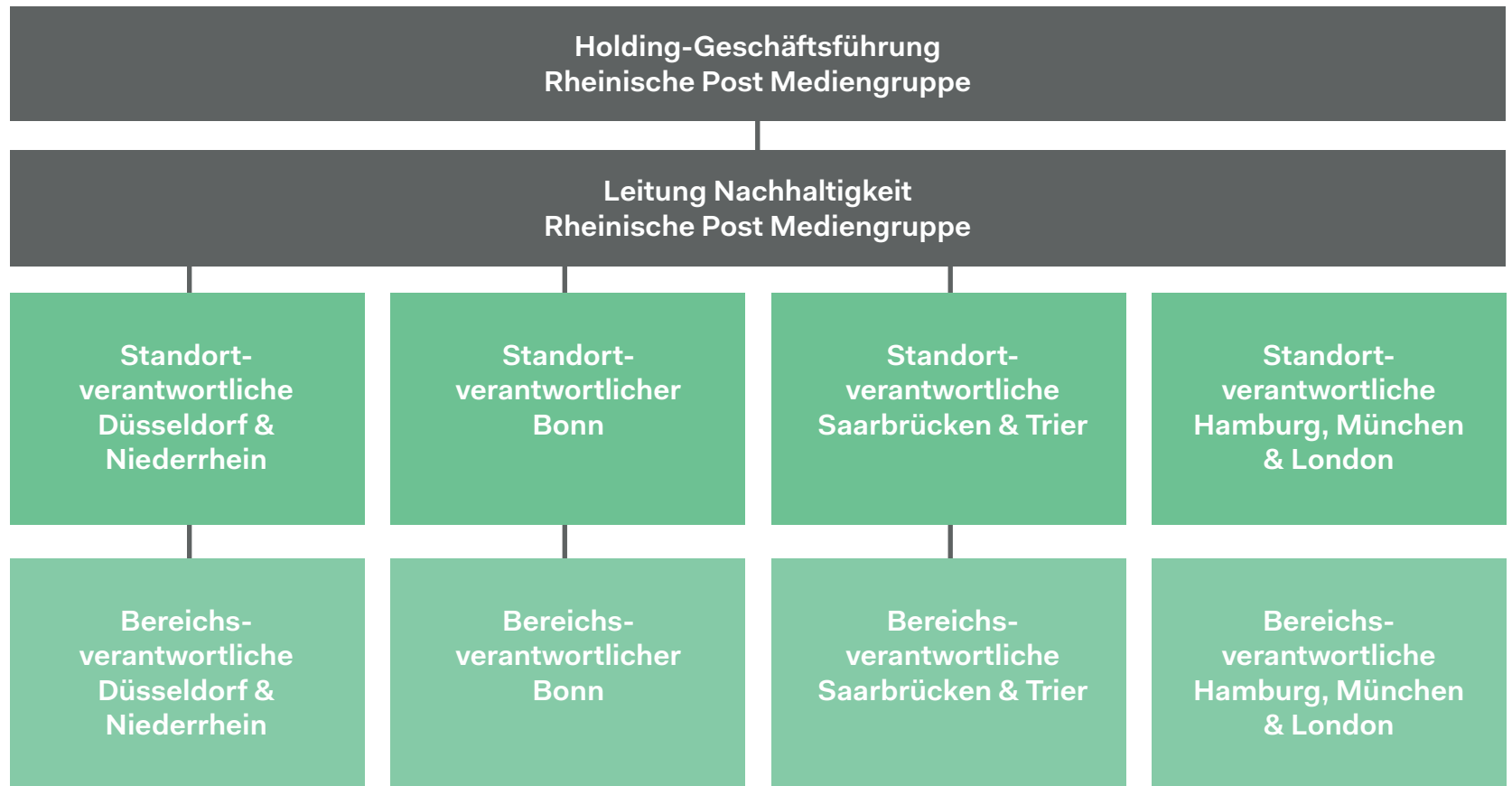
04

Unternehmensführung

Impressum

1.2. Team

Die Vielzahl an Einzelprojekten und Aktivitäten, die aus dem initialen Nachhaltigkeitsprojekt entstanden sind, erforderten die Verankerung einer organisatorischen Struktur in Form einer **Stabsstelle auf Holding-Ebene** sowie eines **standort- und bereichsübergreifenden Nachhaltigkeitsteams** in der Mediengruppe. Diese nach Standorten und Bereichen gegliederte Struktur stellt sich wie folgt dar:



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

1.1. Strategie

1.2. Team

1.3. Berichterstattung

1.4. Datenerfassungsstruktur

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

1.3. Berichterstattung

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ist ein Resultat der dritten Säule des Nachhaltigkeitsstrategiehauses „Daten & Berichtswesen“ und ein Meilenstein für die weitere Entwicklung und Ausführung der Nachhaltigkeitsstrategie: **Daten sind die Grundlage jeder Entscheidung.** Ohne die Kenntnis darüber, wie viele Emissionen die Mediengruppe pro Jahr verursacht und welche Bereiche oder Tätigkeitsfelder die Emissionstreiber sind, können künftig keine realistischen Ziele gesteckt und messbaren Maßnahmen im Bereich Ökologie (momentaner Fokus) angesetzt werden.

Neben den Bestrebungen, mithilfe der Datenbasis interne Prozesse sowie die Wertschöpfungsketten klimafreundlicher und nachhaltiger zu gestalten, bereitet sich die Mediengruppe gleichzeitig auf die ab 2026 gültigen Berichtspflichten der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) für Unternehmen mit entsprechender Größe (mehr als 250 Mitarbeitende, Bilanzsumme größer als 20 Mio. EUR, Umsatz größer als 40 Mio. EUR) für das Jahr 2025 vor. Die CSRD sieht vor, dass Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäß der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) aufsetzen. Die ESRS konkretisieren die Inhalte, über die berichtet werden muss, mit dem Ziel, Verständlichkeit, Relevanz, Überprüfbarkeit und Vergleichbarkeit zu etablieren. Dieser **Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich bereits weitestgehend an der ESRS-Struktur**, erfüllt allerdings **noch nicht die Anforderung der doppelten Wesentlichkeitsanalyse**, welche erst in der zweiten Jahreshälfte 2024 durchgeführt wird. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht der Mediengruppe (Geschäftsjahr 2024) wird die Anforderungen der CSRD (inkl. doppelter Wesentlichkeitsanalyse) vollumfänglich erfüllen.

Die Ermittlung eines unternehmensweiten CO₂-Fußabdrucks ist nicht trivial und erfordert große Datenmengen. Die Rheinische Post Mediengruppe nutzt seit Oktober 2022 die CO₂-Bilanzierungslösung der Cozero GmbH, um die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks systembasiert richtig aufzusetzen.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

1.1. Strategie

1.2. Team

1.3. Berichterstattung

1.4. Datenerfassungsstruktur

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

1.4. Datenerfassungsstruktur

Der „digitale Zwilling“ stellt die Datenerfassungsstruktur (bzw. das Organigramm) dar, die Grundlage der CO₂-Bilanzierung und auch dieses Berichts ist. Die Tätigkeiten und die daraus resultierenden Emissionen der Mediengruppe werden in vier **Geschäftsbereiche (Druck, Logistik, Verwaltung, und Digital)** eingeteilt. Pro Geschäftsbereich wird zusätzlich zwischen den einzelnen Hauptstandorten (**Düsseldorf & Niederrhein, Saarbrücken & Trier, Bonn, Hamburg, München & London**) der Mediengruppe unterschieden.

Wichtig ist, dass jegliche Beteiligungen unter 50% (einschließlich Anteile an Venture Capital Fonds), sowie die markt.gruppe Holding GmbH & Co.KG nicht in die CO₂-Bilanzierung einbezogen sind. Grund hierfür sind insbesondere mangelnde Durchgriffsrechte, v. a. bezogen auf die Datenerfassung sowie die künftig umzusetzenden Maßnahmen. So wird beispielsweise für den Bonner Verlag in den Geschäftsbereichen Druck und Logistik nur die Tageszeitung, jedoch nicht das Anzeigenblatt (die Rheinische Post Mediengruppe GmbH hält nur 33,3% an der Bonner Anzeigenblatt GmbH & Co. KG) betrachtet.

Im **Geschäftsbereich Druck** werden alle für den Druckprozess nötigen Aktivitäten und Prozesse betrachtet und ausgewiesen. Die Bilanzierung der externen Druckdienstleistungen für die Bonner

Tageszeitung erfolgt analog zu der Bilanzierung der Mediengruppen-internen Druckbetriebe in Düsseldorf und Saarbrücken, sodass eine Vergleichbarkeit sichergestellt ist. Der externe Druck der deutschen Publikationen der DVV Media Group (Standorte Hamburg und München, nicht jedoch London) sowie der externe Magazindruck sind ebenfalls Bestandteil dieses Berichtes.

Im **Geschäftsbereich Logistik** werden die Emissionen für den Transport sowie die Zustellung von Tageszeitungen, Anzeigenblättern und Fachmedien (ohne London) angegeben und analysiert.

Im **Geschäftsbereich Verwaltung** werden alle Emissionen, die aus dem Gebäudebetrieb der eigenen und angemieteten Liegenschaften entstehen, dokumentiert. Neben den Hauptbürogebäuden und Außenstellen wird beispielsweise auch der Stromverbrauch für (externe) Rechenzentren, Logistik-Mietwohnungen sowie Logistik-Depots einbezogen.

Die Emissionen der Schadow Arkaden sind ebenfalls im Geschäftsbereich Verwaltung inkludiert (Standort Düsseldorf & Niederrhein), wobei nur die öffentlichen Gemeinschaftsflächen (Treppenhäuser, Flure, Toiletten, Parkhaus) und die selbst genutzten Büroflächen bilanziert werden müssen (Mieter der Schadow

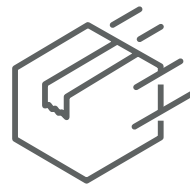
Arkaden müssen selbst einen Corporate Carbon Footprint erstellen). Die Ferienanlage Haus Edelweiss in Oberstdorf hingegen wird aktuell und auch künftig in der Bilanzierung nicht berücksichtigt, da ein zeitnaher Verkauf der Anlage geplant und sie somit für die Berichtspflichten ab dem Geschäftsjahr 2025 irrelevant ist.

Neben den aus dem Gebäudebetrieb entstehenden Emissionen (Energie, Abfall, Wasser etc.), sind zudem auch die Emissionen für Dienstwagen, Dienstreisen, Pendelfahrten, bezogene Dienstleistungen (z.B. Rechts-, Prüf- und Beratungskosten, Versicherungskosten, Dienstleistungen für Gebäude etc.) sowie Büroausstattung aufgeführt.

Im **Geschäftsbereich Digital** werden die Emissionen ausgewiesen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien (Webseiten, ePaper) der Mediengruppe gelesen werden. Zudem werden die Emissionen für Datenverarbeitung und Hosting, Software und eingekaufte Hardware bilanziert. Die Erfassung der Emissionen im Bereich Digital ist aktuell am schwierigsten, da es noch deutlich weniger Standards und Transparenz als im Geschäftsbereich Druck gibt. Es muss davon ausgegangen werden, dass die ausgewiesenen Emissionen im Digitalen steigen werden, sobald die Datenqualität zunimmt.



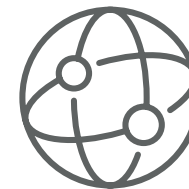
Druck



Logistik



Verwaltung



Digital

Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
 - 2.4.1. Luftverschmutzung
 - 2.4.2. Wasserverschmutzung
 - 2.4.3. Besorgniserregende Stoffe
- 2.5. Wasserressourcen
 - 2.5.1. Wasserverbrauch
 - 2.5.2. Ableitung von Wasser
- 2.6. Kreislaufwirtschaft
 - 2.6.1. Abfälle

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

02 Umwelt



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

- 02**
Umwelt
2.1. CO₂-Fußabdruck
2.2. Klimawandel und
Klimaschutz
2.3. Energie
2.4. Umweltverschmutzung
2.5. Wasserressourcen
2.6. Kreislaufwirtschaft

03
Soziales

04
Unternehmensführung

Impressum

02 Umwelt

Als produzierendes Unternehmen fokussiert sich die Mediengruppe aktuell in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie mit drei von vier Zielen auf umweltbezogene Themen (CO₂-Reduktion, Grüne Logistik, Berichtswesen). Da praktisch jede wirtschaftliche Tätigkeit mit der Emission von Treibhausgasen einhergeht, lag der Fokus im Jahr 2023 auf dem Aufbau des Berichtswesens, der Messung und Dokumentation der ausgestoßenen Treibhausgase sowie der Beauftragung mehrerer Beratungsfirmen, um für die verschiedenen Standorte Dekarbonisierungs- und Energiesparmaßnahmen auszuarbeiten.

Auf Basis dieser neu erlangten Datenlage erhielt die Rheinische Post Mediengruppe **Transparenz über ihren CO₂-Fußabdruck und die größten Emissionstreiber**. Durch die Einführung des CO₂-Bilanzierungstools Cozero Ende 2022 sowie die Etablierung der Prozesse zur Bilanzierung von Treibhausgasen konnte das Unternehmen bei der zweiten Erhebung der Werte für das Geschäftsjahr 2023 bereits die Datenqualität optimieren und vervollständigen.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

2.1. CO₂-Fußabdruck

2.1.1. Mediengruppe Gesamt

2.1.2. Geschäftsbereiche

2.1.3. Geschäftsbereich Druck

2.1.4. Geschäftsbereich Logistik

2.1.5. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

2.2. Klimawandel und

Klimaschutz

2.3. Energie

2.4. Umweltverschmutzung

2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

2.1. CO₂-Fußabdruck

In diesem Kapitel wird auf den CO₂-Fußabdruck der gesamten Mediengruppe und der vier zuvor beschriebenen Geschäftsbereiche (Verwaltung, Druck, Logistik und Digital) eingegangen. Die entstandenen **Emissionen sind nach Standorten, Geschäftsbereichen, Emissionskategorien sowie der Scope-Klassifizierung (1 – 3) aufgeschlüsselt.**

2.1.1. Rheinische Post Mediengruppe gesamt

Der **Corporate Carbon Footprint (CCF) 2023** der Rheinische Post Mediengruppe beträgt **61.115,3 tCO₂e**. Auf den Standort Düsseldorf & Niederrhein entfällt mit 33.384,2 tCO₂e (entspricht 54,6%) der größte Anteil der CO₂-Äquivalente. Der Standort Saarbrücken & Trier verursacht 32,8% des CCF (20.018,1 tCO₂e), für nur knapp dreizehn Prozent der CO₂-Äquivalente (7.713,1 tCO₂e) sind die beiden übrigen Standorte verantwortlich.

Emissionen der Mediengruppe nach Standorten (in tCO₂e)

RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	61.115,3	100,0%
Düsseldorf & Niederrhein	33.384,2	54,6%
Saarbrücken & Trier	20.018,1	32,8%
Bonn	5.080,5	8,3%
Hamburg, München & London	2.632,6	4,3%

Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt**
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Mit **zwei eigenen Druckereistandorten** (Düsseldorf und Saarbrücken) sowie der Einbeziehung **der Leistungen der externen Druckereien** (Tageszeitung Bonn, Magazine, Fachmedien in Deutschland) ist gut nachvollziehbar, dass der **Geschäftsbereich Druck mit 49,5 % (30.272,9 tCO₂e) das emissionsstärkste Tätigkeitsfeld** darstellt.

Der **Geschäftsbereich Verwaltung** ist aufgrund der Vielzahl an betrachteten Emissionskategorien (Firmenfahrzeuge, Brennstoffe für Heizungen und Anlagen (Gas), Bezug von Fernwärme, Kühlmittel, eingekaufter Strom, Wasserverbrauch und Abwasser, betriebliche Abfälle, Pendelfahrten, Dienstreisen, bezogene Dienstleistungen und Büroausstattung), mit 37,4 % (22.869,3 tCO₂e) nach dem Geschäftsbereich Druck der **zweite große Emissionstreiber**.

Mit 6.037,8 tCO₂e entfallen rund zehn Prozent des Corporate Carbon Footprints auf die Logistiktätigkeiten der Mediengruppe. Die weitere Analyse dieses Geschäftsbereichs zeigt, dass je nach Logistikmodell (eingekaufte Logistikdienstleistungen im Vergleich zu einer eigenen Logistikflotte), die durch die **Logistik** verursachten Emissionen zwischen 5 und 17,9 % des jeweiligen Standort-CO₂-Fußabdrucks ausmachen.

Die Emissionen im **Geschäftsbereich Digital** bilden den kleinsten Anteil des CCFs ab und belaufen sich auf insgesamt 1.935,2 tCO₂e (3,2%).

Emissionen der Mediengruppe nach Geschäftsbereichen (in tCO ₂ e)		
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	61.115,3	100,0 %
Druck	30.272,9	49,5%
Verwaltung	22.869,3	37,4%
Logistik	6.037,8	9,9%
Digital	1.935,2	3,2%



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

2.1. CO₂-Fußabdruck**2.1.1. Mediengruppe Gesamt**

2.1.2. Geschäftsbereiche

2.1.3. Geschäftsbereich Druck

2.1.4. Geschäftsbereich Logistik

2.1.5. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

2.2. Klimawandel und

Klimaschutz

2.3. Energie

2.4. Umweltverschmutzung

2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Emissionen der Mediengruppe nach Standorten und Geschäftsbereichen (in tCO₂e)

RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	61.115,3	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein	33.384,2	54,6%
davon Druck	18.520,5	55,5%
davon Verwaltung	11.934,3	35,7%
davon Logistik	1.632,4	4,9%
davon Digital	1.297,0	3,9%
Saarbrücken & Trier	20.018,1	32,8%
davon Druck	9.106,4	45,5%
davon Verwaltung	6.883,2	34,4%
davon Logistik	3.587,9	17,9%
davon Digital	440,7	2,2%
Bonn	5.080,5	8,3%
davon Druck	2.595,0	51,1%
davon Verwaltung	1.621,2	31,9%
davon Logistik	772,6	15,2%
davon Digital	91,7	1,8%
Hamburg, München & London	2.632,6	4,3%
davon Druck (ohne London)	51,1	1,9%
davon Verwaltung	2.430,7	92,3%
davon Logistik (ohne London)	45,0	1,7%
davon Digital	105,9	4,0%

Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 2.1.2. Geschäftsbereiche
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
 2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen
 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Eine weitere Möglichkeit, die Emissionen des CCF der Mediengruppe einzuteilen, ist die Kategorisierung nach Scope 1, Scope 2 und Scope 3. Diese Unterteilung der Emissionen stammt aus dem Greenhouse Gas Protocol und lässt erkennen, dass die Mediengruppe den **Großteil der zu berichtenden Treibhausgasemissionen (42.452,8 tCO₂t) nicht selbst verursacht**, sondern dass diese in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette durch Lieferanten, Geschäftspartner und Kunden (Scope 3-Emissionen) entstehen. Beispiele hierfür sind die energieintensive Papierherstellung oder die eingekauften Logistikdienstleistungen der Speditionen zum Transport der Zeitungsprodukte zu den Abladestellen.

Im Gegensatz dazu stehen die **Scope 1-Emissionen**, die Treibhausgasemissionen aus Quellen umfassen, für die die Mediengruppe direkt verantwortlich ist oder die sie kontrolliert. Dazu gehören Emissionen aus standorteigenen Energieträgern, wie Erdgas und Brennstoffe, Kühlmittel, sowie Emissionen aus dem Betrieb von Heizkesseln und Öfen. Auch Emissionen aus dem unternehmenseigenen Fuhrpark (z.B. Dienstwagen, Logistikflotte) gehören dazu.

Scope 2-Emissionen umfassen indirekte Treibhausgasemissionen aus zugekaufter Energie (wie Strom und Fernwärme), die außerhalb der unternehmenseigenen Systemgrenzen erzeugt, aber von der Rheinische Post Mediengruppe verbraucht wird.

Emissionen der Mediengruppe nach Scope 1 – 3 (in tCO ₂ e)		
RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE GESAMT	61.115,3	100,0 %
Scope 1	6.665,6	10,9%
Scope 2	11.996,9	19,6%
Scope 3	42.452,8	69,5%



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt
2.1. CO₂-Fußabdruck
2.1.1. Mediengruppe Gesamt
2.1.2. Geschäftsbereiche
2.1.3. Geschäftsbereich Druck
2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
2.1.5. Geschäftsbereich
Verwaltung
2.1.6. Geschäftsbereich Digital
2.2. Klimawandel und
Klimaschutz
2.3. Energie
2.4. Umweltverschmutzung
2.5. Wasserressourcen
2.6. Kreislaufwirtschaft

03
Soziales

04
Unternehmensführung

Impressum

2.1.2. Geschäftsbereiche

Die Tätigkeitsfelder der Mediengruppe werden in vier Geschäftsbereiche eingeteilt: Druck, Logistik, Verwaltung und Digital.

Der **Geschäftsbereich Druck** umfasst die Emissionen, die durch den Betrieb der eigenen Druckereien in Düsseldorf und Saarbrücken sowie durch die Herstellung der verwendeten Produktionsmaterialien entstehen. Die Entsorgung des Altpapiers und der gebrauchten Druckplatten in den Druckereien sowie die Entsorgung der ausgelieferten Zeitungsprodukte in den Recycling-Kreislauf der Haushalte sind ebenso Bestandteil der Bilanzierung. Neben den genannten eigenen Druckerei-Aktivitäten sind auch die externen Druckleistungen (sowie die damit verbundenen vor- oder nachgelagerten Emissionen) Bestandteil des Geschäftsbereichs Druck. Die Bonner Tageszeitung, viele (Hochglanz-) Magazine der Mediengruppe und auch die Fachmedien werden in externen Druckereien gedruckt. In diesem Bericht sind die Druckleistungen von insgesamt fünf externen Druckereien inkludiert. Rund 90% der Printprodukte pro Standort (intern und externe Druckereien), gemessen an der Anzahl der gedruckten Seiten, sind somit in diesem Bericht abgebildet. Ausnahme bilden die Fachmedien, deren Druckerzeugnisse des Londoner Standorts nicht Bestandteil des Berichts sind, da die britische Druckerei für das Geschäftsjahr 2023 noch keine belastbaren Daten zur Verfügung stellen konnte. Für den Nachhaltigkeitsbericht des Geschäftsjahrs 2024 sollen auch für diesen Standort die erforderlichen Daten vorliegen.

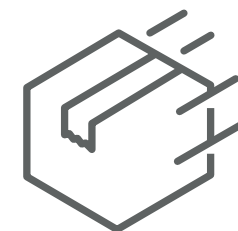
Der **Geschäftsbereich Logistik** beinhaltet die Emissionen, die durch den Transport (Strecke Druckerei bis Abladestelle Zustellende) und die Zustellung (Strecke Abladestelle Zustellende bis Haushalt) der Zeitungsprodukte und Fachmedien verursacht werden.

Emissionen, die aus dem Gebäudebetrieb der eigenen und angemieteten Liegenschaften anfallen, sind im **Geschäftsbereich Verwaltung** aufgeführt. In diesen Geschäftsbereich gehören auch Emissionen, die mit der direkten Bürotätigkeit einhergehen, d.h. durch bezogene Dienstleistungen, Dienstwagen, Dienstreisen, Pendelfahrten und Büroausstattung verursacht werden.

Im **Geschäftsbereich Digital** werden die Emissionen ausgewiesen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien der Mediengruppe auf verschiedenen Endgeräten (PC, Tablet, Smartphone) gelesen werden. In diesem Bericht werden die Hauptwebseiten, die ca. 90% des gesamten Webseiten-Traffics der Mediengruppe-Angebote ausmachen, sowie die ePaper der Mediengruppe bilanziert. Apps sind nicht Bestandteil des Berichts. Zudem werden die Emissionen für Datenverarbeitung und Hosting, Software und eingekaufte Hardware bilanziert.



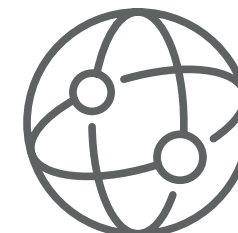
Druck



Logistik



Verwaltung



Digital

Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck**
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

2.1.3. Geschäftsbereich Druck

Im Geschäftsbereich Druck werden **alle für den Druckprozess nötigen Aktivitäten und Prozesse** anhand der nachfolgenden Emissionskategorien betrachtet und ausgewiesen. Die Bilanzierung der externen Druckdienstleistungen erfolgt ebenso wie die Bilanzierung der Mediengruppen-internen Druckbetriebe in Düsseldorf und Saarbrücken (identische Analyse- und Berechnungsmethodik), sodass eine Vergleichbarkeit sichergestellt ist. Auf Basis der gedruckten Seiten werden die Verbräuche in den entsprechenden Emissionskategorien für die extern gedruckten Produkte (Bonner Tageszeitung, (Hochglanz-) Magazine, Fachmedien Deutschland) anteilig aufgeführt. In diesem Bericht sind die Druckleistungen von insgesamt fünf externen Druckereien inkludiert. Rund 90% der Printprodukte pro Standort (intern und externe Druckereien), gemessen an der Anzahl der gedruckten Seiten, sind somit in diesem Bericht abgebildet. Die externen Druckleistungen in Großbritannien (britische Fachmedien) sind in diesem Bericht nicht berücksichtigt, da die Druckerei erst im nächsten Jahr die erforderlichen Daten zur Emissionsbilanzierung liefern kann.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck**
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Emissionskategorien Geschäftsbereich Druck

Produktionsmaterialien	Bilanzierung der im Geschäftsjahr eingekauften (nicht verbrauchten) Menge aller Produktionsmaterialien (z.B. Papier, Druckplatten, Druckfarbe, Feuchtmittel, versch. Folienarten) (in t oder kg).
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	Erdgasverbrauch für Druckereigebäude (in kWh).
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	Fernwärmeverbrauch für Druckereigebäude (in kWh).
Gasaustritt aus Anlagen	Bilanzierung der verbrauchten Kühlmittelmenge in mittelgroßen stationären Klimageräten (Gasleckage in kg).
Eingekaufter Strom	Bilanzierung des Stromverbrauchs (Graustrom sowie erneuerbarer Strom aus Photovoltaik in kWh).
Wasserverbrauch und Abwasser	Bilanzierung der verbrauchten Wasser- und Abwassermenge (in m ³).
Betriebliche Abfälle	Bilanzierung verschiedener Abfälle (in t): Restmüll/ gemischte Abfälle, Plastik sowie Kartontage; Aluminium (gebrauchte Druckplatten) und Papier werden an Entsorgungsunternehmen verkauft und unter "Entsorgung von verkauften Produkten" bilanziert. Bilanzierung des an ein Entsorgungsunternehmen verkauften Altpapiers (in kg) sowie Bilanzierung der Menge verbrauchter Druckplatten an ein Entsorgungsunternehmen (in kg).
Entsorgung von verkauften Produkten	Bilanzierung der Menge ausgelieferter Zeitungen an Leser, die im offenen Recycling-Kreislauf der Haushalte entsorgt wird (in kg).
Eingekaufte Logistikdienstleistungen	Transport-Emissionen des eingekauften Papiers (in tkm) werden bilanziert und als separat eingekaufte Logistikdienstleistung ausgewiesen. Die Transport-Emissionen anderer Produktionsmaterialien (Druckplatten, Druckfarbe, Folien etc.) werden in den kommenden Jahren ebenfalls bilanziert.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung angefallener Wartungsreparaturen an den Druckmaschinen (in EUR).

Die eigenen Flurförderzeuge (Elektrostapler, Hubameisen) in Düsseldorf und Saarbrücken werden nicht über die Emissionskategorie „Firmenfahrzeuge“ bilanziert, da sie alle batteriebetrieben sind und der Stromverbrauch bereits im Druckereigebäudestrom bilanziert wird



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 2.1.2. Geschäftsbereiche
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
 2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen
 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Druck pro Standort (in tCO₂e)

DRUCK GESAMT	30.272,9	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein	18.520,5	61,2%
Saarbrücken & Trier	9.106,4	30,1%
Bonn	2.595,0	8,6%
Hamburg, München & London	51,1	0,2%

Emissionen Geschäftsbereich Druck nach Scope 1 – 3 (in tCO₂e)

DRUCK GESAMT	30.272,9	100,0 %
Scope 1	2.260,4	7,5%
Scope 2	5.975,9	19,7%
Scope 3	22.036,6	72,8%

Im Geschäftsbereich Druck entfallen 72,8% aller Emissionen (22.036,6 tCO₂e) auf die Scope 3-Kategorie. Die eingesetzten Produktionsmaterialien (Papier, Druckfarbe, Druckplatten etc.), der Transport dieser Materialien in die Druckereien sowie die Entsorgung werden der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette zugewiesen.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 2.1.2. Geschäftsbereiche
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung
 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
 2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen
 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Druck nach Emissionskategorie (in tCO₂e)

DRUCK GESAMT	30.272,9	100,0 %
Produktionsmaterialien davon Einkauf Papier*	16.759,1 12.826,7	55,4% 76,5%
Eingekaufter Strom	6.529,4	21,6%
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	2.631,4	8,7%
Entsorgung von verkauften Produkten davon Papier*	2.093,6 2.092,1	6,9% 99,9%
Eingekaufte Logistikdienstleistungen davon Papier*	741,4 741,4	2,4% 100,0%
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	590,4	2,0%
Betriebliche Abfälle	559,4	1,8%
Bezogene Dienstleistungen	356,6	1,2%
Wasserverbrauch und Abwasser	9,6	0,0%
Gasaustritt aus Anlagen	2,1	0,0%

*Spezifizierung der Emissionen, die in den verschiedenen Emissionskategorien durch das Produktionsmaterial Papier verursacht werden.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01 Nachhaltigkeit

02 Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck**
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03 Soziales

04 Unternehmensführung

Impressum

Emissionen aus energiebezogenen Kategorien entsprechen 32,2 % aller Gesamtemissionen im Geschäftsbereich Druck. Die Mediengruppe hat im Winter 2022/2023 im Zuge der Gasmangellage eine Vielzahl an Maßnahmen zur Reduzierung des Energiebedarfs eingeleitet, die bis heute größtenteils weitergeführt wurden und somit auch weiterhin einen positiven Effekt auf die Reduzierung der Emissionen haben. Zudem wurde ein Beratungsunternehmen beauftragt, für die Druckereistandorte Düsseldorf und Saarbrücken das optimale Energieversorgungskonzept (auch unter Einbeziehung von Photovoltaik, Erdwärme etc.) zu ermitteln und zu entwickeln.

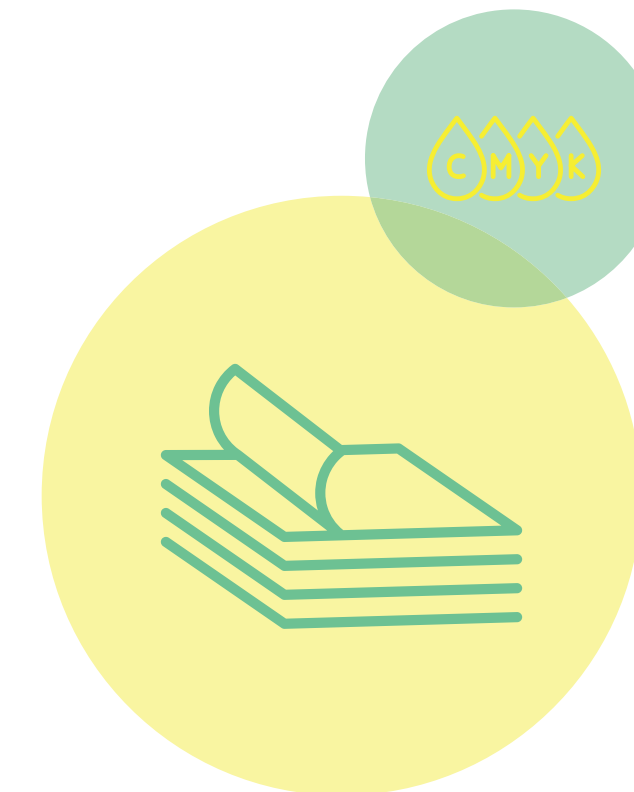
Die Bilanzierung der Produktionsmaterialien basiert entweder auf Lieferanten-spezifischen Emissionsfaktoren oder auf Standard-Emissionsfaktoren des CO₂-Bilanzierungstools Cozero. Die Nutzung von Standard-Emissionsfaktoren führt in den meisten Fällen zu einer Überbilanzierung, sodass die Rheinische Post Mediengruppe versucht, individuelle Emissionsfaktoren von ihren Lieferanten zu erhalten. Dieser Umstand lässt vermuten, dass die ausgewiesenen Emissionen für die Produktionsmaterialien in den nächsten Jahren mit steigender Datenqualität sinken.

Papier ist der größte Emissionstreiber im Geschäftsbereich Druck. Die für 2023 eingekaufte Papiermenge wird in der Emissionskategorie „Produktionsmaterialien“ bilanziert. Neben Papier werden ebenfalls die eingekauften Mengen an Druckfarben, Druckplatten, Feuchtmitteln, Waschmitteln sowie die verschiedenen Arten von Plastikfolien und Thermo-papieren aufgeführt. Das Produktionsmaterial Papier verursacht 76,5 % der Emissionen in der Emissionskategorie „Produktionsmaterialien“ (12.826,7 tCO₂e

von insgesamt 16.759,1 tCO₂e). Um die gesamte Wertschöpfungskette des Papiers zu betrachten, müssen allerdings noch der Recycling-/ Entsorgungsprozess (2.092,1 tCO₂e) sowie die Transportwege vom jeweiligen Papierwerk zu den Druckereien (741,4 tCO₂e) in die Rechnung aufgenommen werden. Somit verursacht die Wertschöpfungskette des Produktionsmaterials Papier für die Mediengruppe insgesamt 15.660,1 tCO₂e (51,7 % der Emissionen im Geschäftsbereich Druck und 25,6 % der Gesamtemissionen der Mediengruppe).

Eine umfassende Papierstrategie muss folglich, neben Einkaufspreisen, ebenfalls Nachhaltigkeitsaspekte wie den Grad der Energieintensität der Papierproduktion, Standort des Werks sowie Wahl der eingesetzten Transportmittel berücksichtigen.

Auch wenn die Emissionen, die der Druckfarbe zuzuschreiben sind, im Vergleich zu denen des Papiers sehr viel geringer sind (1.467,9 tCO₂e), ist die Druckfarbe trotzdem ein viel diskutiertes Produktionsmaterial in Deutschland und Europa. Gemäß der Zielsetzung der verabschiedeten Selbstverpflichtung der AGRAPA arbeiten die beiden Druckereien mit Hochdruck an den Vorbereitungen für einen Umstieg auf mineralölfreie Druckfarben. Die Menge an eingesetzter mineralölhaltiger Druckfarbe soll sich bis Ende 2025 im Vergleich zum Referenzjahr 2020, halbieren. In der Düsseldorfer Druckerei ist geplant, rund 50 % der konventionellen schwarzen Druckfarbe für die KBA-Commander Druckmaschinen für das Jahr 2024 durch mineralölfreie Druckfarbe zu ersetzen. Die Umstellung startet mit dieser Farbe, da in der von der Düsseldorfer Druckerei bezogenen schwarzen Druckfarbe der mit Abstand größte Mineralölanteil enthalten ist und somit die Umstellung der größte Hebel hin zu einem umwelt-



freundlicheren Druckprozess ist. Eine schrittweise Umstellung der bunten Farben erfolgt ab 2025. Auch in Saarbrücken wurden bereits erste Tests mit den neuen Farben durchgeführt und Einsatzmöglichkeiten erörtert. Anders als in Düsseldorf setzt man dort zukünftig zunächst auf die Umstellung der Buntfarben. Die bis 2028 deutschlandweit angestrebte Umstellung auf mineralölfreie Druckfarben wird sich positiv auf die CO₂-Bilanz der Printprodukte auswirken, würde aber aus heutiger Sicht geschätzte Mehrkosten in einer mittleren sechsstelligen Größenordnung pro Jahr verursachen.

Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik**
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

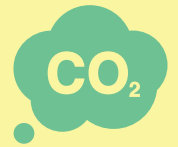
Impressum

2.1.4. Geschäftsbereich Logistik

Im Geschäftsbereich Logistik werden die Emissionen für den Transport sowie die Zustellung der Zeitungsprodukte über vier Emissionskategorien ausgewiesen. Obwohl die Rheinische Post Mediengruppe nur 49 % der Anteile an der Zustellgesellschaft hält, die die Bonner Tageszeitung austrägt, werden die von dieser Gesellschaft emittierten Treibhausgase in diesem Bericht ausgewiesen, um die Emissionen des Hauptproduktes des Bonner Zeitungsverlags vollumfänglich abzubilden.

Emissionskategorien Geschäftsbereich Logistik

Firmenfahrzeuge	Bilanzierung des Kraftstoff- oder Stromverbrauchs (in l oder kWh) der Logistikflotte in Saarbrücken & Trier. Für Hybridfahrzeuge wird eine 50/50 Aufteilung zwischen Benzin und Strom angenommen.
Eingekaufte Logistik-Dienstleistungen	Bilanzierung der eingekauften Speditionsdienstleistungen für Tageszeitungen, Anzeigenblätter sowie Fachmedien mit der Annahme, dass der Transport zu 100% mit dieselbetriebenen Lieferfahrzeugen erfolgt. Bilanzierung der Zustellerfahrzeuge (in km; private PKW) mit der Annahme, dass lediglich 20% aller genutzten Zustellerfahrzeuge mit Diesel betrieben werden und die restlichen PKW sind Benziner sind.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung der Fahrzeugreparaturen und -wartungen für Zustellerfahrzeuge in Saarbrücken & Trier (in EUR). Briefgeschäft Saarbrücken: Der Versand von Briefen über die DPAG gilt als klimaneutral (Pressemitteilung vom 03.01.2022 „CO ₂ -Emissionen bei Briefbeförderung ab 2022 automatisch ausgeglichen“). Die Bilanzierung erfolgt dennoch anhand der Kosten, um den Effekt besser auszuweisen. Die Fachmedien der Standorte Hamburg und München werden über die DPAG ausgeliefert (Portokosten in EUR). Die Auslieferung der Produkte des Standorts London sind nicht Bestandteil des Berichts.



Logistik



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

2.1. CO₂-Fußabdruck

2.1.1. Mediengruppe Gesamt

2.1.2. Geschäftsbereiche

2.1.3. Geschäftsbereich Druck

2.1.4. Geschäftsbereich Logistik

2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz

2.3. Energie

2.4. Umweltverschmutzung

2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum



Emissionen Geschäftsbereich Logistik pro Standort (in tCO₂e)

LOGISTIK GESAMT	6.037,8	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein <i>davon Transport externe Produkte</i>	1.632,4 106,3	27,0% 6,5%
Saarbrücken & Trier <i>davon Briefgeschäft</i> <i>davon Fahrzeugreparaturen/-wartungen</i>	3.587,9 547,5 100,5	59,4% 15,3% 2,8%
Bonn	772,6	12,8%
Hamburg & München	45,0	0,7%

Die CO₂-Äquivalente für den Standort Saarbrücken & Trier sind deutlich höher als die am Standort Düsseldorf & Niederrhein. Da nur am Standort Saarbrücken & Trier Emissionen für das saarländische Briefgeschäft und für die Fahrzeugreparaturen/-wartungen der eigenen Logistikflotte anfallen, müssen diese für den Vergleich mit dem Standort Düsseldorf & Niederrhein herausgerechnet werden. Der vergleichbare Wert beträgt somit 2.939,9 tCO₂e (und nicht 3.587,9 tCO₂e). Am Standort Düsseldorf & Niederrhein werden hingegen Emissionen durch den Transport externer Produkte verursacht (106,3 tCO₂e), die ebenfalls für einen Vergleich zwischen den Standorten in Bezug auf Transport- und Zustellungsemissionen exkludiert werden sollten.

Angesichts der Auflagen der Tageszeitungstitel erscheinen die CO₂-Emissionen für Transport und Zustellung am Standort Saarbrücken und Trier

verhältnismäßig hoch. Die Gründe dafür liegen in der Zustellungsart und -methodik je Standort:

- Die Zustellung des Anzeigenblatts am Standort Düsseldorf & Niederrhein erfolgt durch Fußgänger. Zu Fuß zurückgelegte Kilometer müssen nicht bilanziert werden. Die Zustellung der Tageszeitung ist nicht zu 100% via PKW organisiert – die Tageszeitung wird teils zu Fuß oder mit dem Fahrrad ausgetragen. Auch hier müssen also die Kilometer via Fahrrad und zu Fuß nicht angesetzt werden.
- Die Auflage der Saarbrücker Tageszeitung entspricht ca. 45% der Auflage der Rheinische Post. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2022 wurden in 2023 keine externen Speditionen mehr für den Transport der Tageszeitung eingesetzt und eine Optimierung der Touren vorgenommen, sodass davon ausgegangen werden kann, dass die Emissionen im Vergleich zu 2022 gesunken sind. Die haushaltsabdeckende Zu-

Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik**
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

stellung des Anzeigenblatts erfolgt tendenziell eher mit dem PKW und die geringere Zustelldichte erfordert das Zurücklegen längerer Wege.

- Am Standort Trier ist eine Depotstruktur mit Firmenfahrzeugen vorhanden. Das bedeutet, dass Zustellende (aufgrund des ländlicheren Gebiets teils weite) Strecken vom Depot zum Bezirk fahren und am Ende wieder zurück ins Depot kommen müssen. Ähnlich wie in Saarbrücken, erfolgt die Anzeigenblatt-Zustellung eher mit dem PKW. Die Auflage der Trierer

Tageszeitung ist wesentlich geringer ist als die der Tageszeitung Rheinische Post (knapp 30%), trotzdem werden – unter anderem aufgrund der niedrigen Bevölkerungsdichte – in Bezug auf die Zustellung deutlich mehr Emissionen verursacht.

Die Standorte Düsseldorf & Niederrhein, Bonn sowie Hamburg beziehen Logistikdienstleistungen (Speditionen), welche in Scope 3 ausgewiesen werden. Die eigene Logistikflotte in Saarbrücken & Trier wird in Scope 1 (und kaum merklich in Scope 2) bilanziert.

Emissionen Geschäftsbereich Logistik nach Scope 1 – 3 (in tCO ₂ e)		
LOGISTIK GESAMT	6.037,8	100,0 %
Scope 1	1.807,3	29,9%
Scope 2	3,2	0,1%
Scope 3	4.227,3	70,0%

Emissionen Geschäftsbereich Logistik nach Emissionskategorie (in tCO ₂ e)		
LOGISTIK GESAMT	6.037,8	100,0 %
Eingekaufte Logistikdienstleistungen	3.225,6	53,4%
Firmenfahrzeuge	2.253,2	37,3%
Bezogene Dienstleistungen	559,1	9,3%



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01 Nachhaltigkeit

02 Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
- 2.1.5. Geschäftsbereich
Verwaltung**
- 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und
Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03 Soziales

04 Unternehmensführung

Impressum

2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung

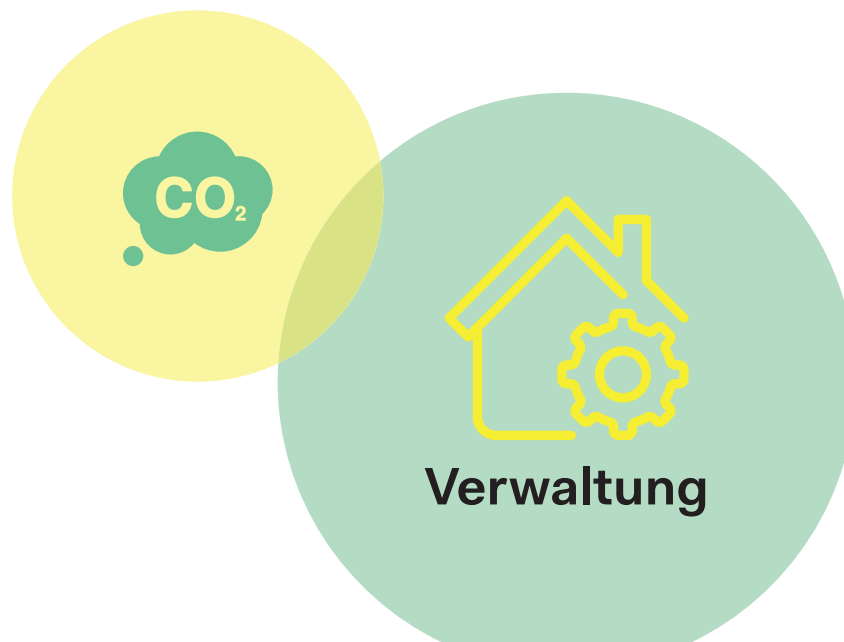
Im Geschäftsbereich Verwaltung werden alle **Emissionen, die aus dem Gebäudebetrieb der eigenen und angemieteten Liegenschaften** entstehen, dokumentiert (exkludiert sind die Druckereigebäude, da diese Bestandteile des Geschäftsbereichs Druck sind). Neben den Hauptbürogebäuden und Außenstellen wird beispielsweise auch der Stromverbrauch für (externe) Rechenzentren, Logistik-Mietwohnungen sowie für Logistik-Depots einbezogen. Für die Standorte Hamburg und München musste aufgrund noch nicht vorhandener Nebenkostenabrechnungen auf die Verbrauchswerte aus 2021 zurückgegriffen werden.

Die Emissionen der **Shadow Arkaden** sind ebenfalls im Geschäftsbereich Verwaltung inkludiert (Standort Düsseldorf & Niederrhein), wobei nur die öffentlichen Gemeinschaftsflächen (Treppenhäuser, Flure, Toiletten, Parkhaus) und die selbstgenutzten Büroflächen bilan-

ziert werden müssen (Mieter müssen selbst einen Corporate Carbon Footprint erstellen). Die Ferienanlage Haus Edelweiss in Oberstdorf hingegen wird aktuell und auch künftig in der Bilanzierung nicht aufgeführt, da ein zeitnahe Verkauf der Anlage geplant und sie somit für die Berichtspflichten ab dem Geschäftsjahr 2025 irrelevant ist.

Neben den aus dem Gebäudebetrieb entstehenden Emissionen (Energie, Abfall, Wasser etc.) sind zudem auch die **Emissionen für Dienstwagen, Dienstreisen, Pendelfahrten, bezogene Dienstleistungen sowie Büroausstattung** aufgeführt.

Der Geschäftsbereich Verwaltung ist aufgrund der Vielzahl an betrachteten Emissionskategorien mit 37,4% (22.869,3 tCO₂e) nach dem Geschäftsbereich Druck der zweite große Emissionstreiber der Mediengruppe.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich**
 - Verwaltung**
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Emissionskategorien Geschäftsbereich Druck

Firmenfahrzeuge	Bilanzierung des Kraftstoff- oder Stromverbrauchs (in l oder kWh) der Dienstwagen. Für Hybridfahrzeuge wird eine 50/50-Aufteilung zwischen Benzin und Strom angenommen. Ermittlung des Kraftstoff- oder Stromverbrauchs findet über die eingesetzten Tankkarten statt.
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	Erdgasverbrauch für Heizungen in Büros (in kWh). Für angemietete Objekte (z.B. Außenstellen) basiert die Datenerfassung auf den Nebenkostenabrechnungen. Das Bonner Hauptbürogebäude ist in Teilen fremdvermietet, allerdings fehlen die nötigen Unterzähler, um zwischen Vermieter und Mieter zu unterscheiden. Somit wird der Erdgasverbrauch komplett bilanziert und dem Standort Bonn zugeschrieben.
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	Fernwärmeverbrauch für Heizungen in Büros (in kWh). Die Emissionskategorie betrifft das Krefelder Bürogebäude, die Schadow Arkaden, das Hauptbürogebäude und einige Außenstellen am Standort Düsseldorf & Niederrhein sowie das Pressehaus in Saarbrücken sowie die Bürostandorte der DVV in Hamburg und München. Aufgrund fehlender Informationen durch den Heizkostenverteiler ista, der Schadow Arkaden, wird die bezogene Fernwärme für die Schadow Arkaden anhand der m ² -Flächen für die Büros sowie die öffentlichen Bereiche berechnet und entspricht somit nicht dem genauen Fernwärmeverbrauch. Die Verbräuche der Mieter sind exkludiert und müssen von diesen selbst berichtet werden. Für angemietete Objekte (z.B. Außenstellen) basiert die Datenerfassung auf den Nebenkostenabrechnungen.
Gasaustritt aus Anlagen	Bilanzierung der verbrauchten Kühlmittelmenge in mittelgroßen oder kleinen stationären Klimageräten (Gasleckage in kg). Außenstellen werden in dieser Emissionskategorie exkludiert (keine oder selten Klimaanlage vorhanden).
Eingekaufter Strom	Bilanzierung des Stromverbrauchs (Graustrom sowie erneuerbarer Strom aus Photovoltaik in kWh). Für die Schadow Arkaden wird der Stromverbrauch für die Verkehrsflächen, das Parkhaus sowie die selbstgenutzten Büros bilanziert. Die Stromverbräuche der Mieter sind exkludiert. Für angemietete Objekte (z.B. Außenstellen) basiert die Datenerfassung auf den Nebenkostenabrechnungen. Das Bonner Rechenzentrum wird Stück für Stück zurückgebaut. Der Stromverbrauch ist im Gebäudestrom enthalten. Bilanzierung des Stromverbrauchs (in kWh) für Trierer Logistik-Depots, Logistik-Mietwohnungen sowie das Saarbrücker Wohnhaus.
Wasserverbrauch und Abwasser	Bilanzierung der verbrauchten Wasser- und Abwassermenge (in m ³). Für angemietete Objekte (z.B. Außenstellen) basiert die Datenerfassung auf den Nebenkostenabrechnungen.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich**
 - Verwaltung**
 - 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Betriebliche Abfälle	Bilanzierung verschiedener Büroabfälle (in t): Bauwesen, Restmüll/gemischte Abfälle, Papier, Plastik sowie organische Abfälle (gemischte Speisereste / Gartenabfälle). Zum Teil basieren die Werte auf groben Schätzungen, da eine Erhebung (je nach Abfalltyp) im Nachhinein schwierig ist. Außenstellen und die Standorte London & München werden in dieser Emissionskategorie exkludiert, da in den angemieteten Gebäuden keine eigenen Mülltonnen pro Mieter zur Verfügung stehen. Für die Shadow Arkaden wird die Gesamtmenge je Abfalltyp auf Basis der betrachteten Flächen zugeordnet.
Pendelfahrten	Bilanzierung der Pendlerfahrten (Wohnort - Arbeitsplatz) der Mitarbeitenden. Daten stammen aus einer Umfrage, die von 560 Mitarbeitenden der Mediengruppe im Frühjahr 2024 anonym ausgefüllt wurde. Zustellende sind exkludiert (kein Zugang zum Intranet). Für die DVV haben nur Mitarbeitende in Hamburg teilgenommen. Themen der Umfrage: Büro- vs. Home-Office-Tage, Länge des Arbeitsweges, genutzte Verkehrsmittel für Arbeitsweg und Außentermine sowie die Attraktivität des 49-Euro-Tickets. Basierend auf den Mitarbeiterzahlen des Konzernabschlusses 2023 konnten die Umfrageergebnisse entsprechend hochgerechnet werden. Die Bilanzierung erfolgt in km (Strecke pro Verkehrsmittel) oder Tagen (Büro- vs. Home-Office-Tage).
Dienstreisen	Bilanzierung der Dienstreisen anhand von Reisekategorien (Auto, Bahn, Flug, Taxi und Hotelaufenthalt) (in EUR). Da systemseitig Reisekosten bisher nicht in Reisekategorien verbucht werden, basieren die Reisekosten pro Kategorie auf Annahmen und der Analyse der Buchungstexte. Der Rollout eines Reisekostentools an den Standorten Düsseldorf & Niederrhein, Bonn und Hamburg wird die Datenqualität in dieser Emissionskategorie in den Folgejahren verbessern.
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung der verschiedenen bezogenen Dienstleistungen (in EUR). Bildungsdienstleistungen, Dienstleistungen für Gebäude und Wohnungen, Versicherungen, Unterhaltung und Events, Rechts-, Prüf- und Beratungskosten, Sicherheits- und Ermittlungsdienstleistungen, Werbung, Postversand, Telefonie sowie Fahrzeugreparatur und -wartung.
Büroausstattung	Bilanzierung der eingekauften Büroausstattung (in EUR). Bilanzierung der eingesetzten Lebensmittel in den Kantinen (in EUR).



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 2.1.2. Geschäftsbereiche
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 **2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung**
 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
 2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen
 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Verwaltung pro Standort (in tCO₂e)

VERWALTUNG GESAMT	22.869,3	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein davon Schadow Arkaden	11.934,3 1.488,7	52,2% 12,5%
Saarbrücken & Trier	6.883,2	30,1%
Bonn	1.621,2	7,1%
Hamburg, München & London	2.430,7	10,6%

Der Standort Düsseldorf & Niederrhein hat mit rund 1.500 Mitarbeitenden und mehr als 30 Außenstellen mit Abstand den größten Anteil (52,2%) der Emissionen im Geschäftsbereich Verwaltung zu verzeichnen. Es muss jedoch bedacht werden, dass 1.488,7 tCO₂e der 11.943,3 tCO₂e den Schadow Arkaden zuzurechnen sind (12,5%).

Emissionen Geschäftsbereich Verwaltung nach Scope 1 – 3 (in tCO₂e)

VERWALTUNG GESAMT	22.869,3	100,0 %
Scope 1	2.597,8	11,4%
Scope 2	6.017,8	26,3%
Scope 3	14.253,7	62,3%

Wie in den beiden anderen Geschäftsbereichen (Druck und Logistik) entfällt auch im Geschäftsbereich Verwaltung der Großteil der Emissionen in die Scope 3-Klassifizierung: Bezogene Dienstleistungen, Pendelfahrten, Dienstreisen, Büroausstattung, Wasser und Wasserverbrauch sowie betriebliche Abfälle verursachen 62,3% der Gesamtemissionen in diesem Geschäftsbereich. Eingekaufter Strom und der Bezug von Fernwärme bilden die Scope 2-Emissionen (26,3%). Die restlichen 11,4% finden sich in den Scope 1-Emissionen, die auf Firmenfahrzeuge, Brennstoffe für Heizungen und Anlagen (Gas) sowie Gasaustritt aus Anlagen (Kühlmittel) zurückzuführen sind.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

2.1. CO₂-Fußabdruck

2.1.1. Mediengruppe Gesamt

2.1.2. Geschäftsbereiche

2.1.3. Geschäftsbereich Druck

2.1.4. Geschäftsbereich Logistik

2.1.5. Geschäftsbereich**Verwaltung**

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

2.2. Klimawandel und
Klimaschutz

2.3. Energie

2.4. Umweltverschmutzung

2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Verwaltung nach Emissionskategorie (in tCO₂e)

VERWALTUNG GESAMT	22.869,3	100,0 %
Bezogene Dienstleistungen	7.615,3	33,3%
Eingekaufter Strom	6.441,2	28,2%
Brennstoffe für Heizungen und Anlagen	1.900,3	8,3%
Dienstreisen	1.803,1	7,9%
Pendelfahrten	1.625,5	7,1%
Firmenfahrzeuge	1.242,6	5,4%
Betriebliche Abfälle	1.199,0	5,2%
Bezug von Wärme, Dampf und Kälte	662,6	2,9%
Büroausstattung	321,3	1,4%
Gasaustritt aus Anlagen	44,3	0,2%
Wasserverbrauch und Abwasser	14,3	0,1%



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 2.1.2. Geschäftsbereiche
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 **2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung**
 2.1.6. Geschäftsbereich Digital
 2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen
 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Die Emissionskategorie „Bezogene Dienstleistungen“ umfasst viele Arten von externen Services und Dienstleistungen, die in unterschiedlichen Unternehmensbereichen bezogen werden:

Bildungsdienstleistungen, Dienstleistungen für Gebäude und Wohnungen, Versicherungen, Unterhaltung und Events, Rechts-, Prüf- und Beratungskosten, Sicherheits- und Ermittlungsdienstleistungen, Werbung, Postversand, Telefonie sowie Fahrzeugreparaturen und -wartungen. Im Gegensatz zur zweitgrößten Emissionskategorie (eingekaufter Strom) basiert die Bilanzierung der bezogenen Dienstleistungen nicht auf dem Mengen-, sondern auf dem **Kostenprinzip** (Bilanzierung in EUR). Diese Form der Bilanzierung ist in der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks eher ungenau und kann tendenziell zu einer Überbilanzierung

führen. Ziel ist es deshalb, im Laufe der kommenden Jahre nur noch in Ausnahmefällen nach dem Kostenprinzip zu bilanzieren und vielmehr konkrete CO₂-Werte von den Dienstleistern der Mediengruppe zu erhalten. Ein Beispiel hierfür ist der CO₂-Fußabdruck pro Personentag einer Unternehmensberatung, den die Mediengruppe dann mit den insgesamt abgerechneten Personentagen pro Geschäftsjahr hochrechnen kann.

Emissionen aus energiebezogenen Kategorien ((1) eingekaufter Strom, (2) Brennstoffe für Heizungen und Anlagen und (3) Bezug von Wärme, Dampf und Kälte) **entsprechen 39,4% aller Gesamtemissionen im Geschäftsbereich Verwaltung.**

Ein weiterer Aspekt der CO₂-Reduktion bezieht sich auf die **Mobilität der Mitarbeitenden.** Im Geschäfts-

jahr 2023 wurden durch Pendlerfahrten und Home-Office-Tätigkeiten insgesamt 1.625,5 tCO₂e emittiert. Berücksichtigt werden die Relation von Büro- vs. Home-Office-Tagen, die Länge des Arbeitsweges, die genutzten Verkehrsmittel für den Arbeitsweg und mögliche Außentermine. Außerdem wird die Attraktivität des 49-Euro-Tickets abgefragt. Insgesamt 560 Mitarbeitende haben an der Umfrage anonym teilgenommen. Basierend auf den Gesamt-Mitarbeiterzahlen konnten die Umfrageergebnisse entsprechend hochgerechnet werden. Die Bilanzierung erfolgt in km (Strecke pro Verkehrsmittel) oder Tagen (Büro- vs. Home-Office-Tage).

Die Ergebnisse der Pendelfahrten-Umfrage lassen zum Teil deutliche Unterschiede in den genutzten Verkehrsmitteln an den Standorten erkennen.

	ÖPNV	Dienstwagen/ eigener PKW/ Motorrad (Benzin/ Diesel)	Dienstwagen/ eigener PKW (Hybrid, E)	Fahrrad, E-Bike, zu Fuß	Sonstige Verkehrsmittel
Düsseldorf & Niederrhein	21,9%	64,2%	6,2%	7,5%	0,3%
Saarbrücken & Trier	16,0%	57,1%	11,1%	10,0%	5,8%
Bonn	22,8%	45,1%	11,6%	19,8%	0,7%
Hamburg	62,1%	15,4%	0,9%	21,7%	0,0%



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

2.1. CO₂-Fußabdruck

2.1.1. Mediengruppe Gesamt

2.1.2. Geschäftsbereiche

2.1.3. Geschäftsbereich Druck

2.1.4. Geschäftsbereich Logistik

2.1.5. Geschäftsbereich

Verwaltung

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

2.2. Klimawandel und

Klimaschutz

2.3. Energie

2.4. Umweltverschmutzung

2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Fast an jedem Standort dominiert das Auto als Verkehrsmittel der Wahl. Lediglich in Hamburg nutzen 62,1% der Mitarbeitenden den ÖPNV für die Fahrt zum Arbeitsplatz, anders als an den Standorten Saarbrücken & Trier mit nur 16,0% der Mitarbeitenden. Entscheidend dürfte hierbei der Ausbau der Infrastruktur und die Anbindung des Arbeitsplatzes an das ÖPNV-Netz sein. Hier hat die Mediengruppe mit Blick auf ihren Fußabdruck wenig Einfluss, setzt jedoch **Anreize, die Pendel-Emissionen zu verringern**. Seit Mai 2023 unterstützt die Mediengruppe an drei von vier Standorten (Düsseldorf & Niederrhein, Bonn und Hamburg) in Kooperation mit den jeweiligen Verkehrsbetrieben die Nutzung des neu eingeführten Deutschlandtickets durch eine Bezuschussung von insgesamt 30% des Ticketpreises (25% Arbeitgeber, 5% Verkehrsbetrieb). Die Standorte Saarbrücken & Trier haben das Ticket im Dezember 2023 ebenfalls eingeführt. Die positiven Auswirkungen spiegeln sich in den Prozentzahlen bereits wider. An jedem Standort ist die Nutzung des ÖPNV prozentual im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Ende Dezember 2023 haben insgesamt 353 Mitarbeitende der Mediengruppe ein 49-Euro-Ticket bezogen. Vor der Einführung und Bezuschussung des 49-Euro-Tickets (April 2023) haben nur 133 Mitarbeitende ein ÖPNV-Ticket über die Mediengruppe bezogen. Die Nutzung weiterer, schon länger gültiger Mobilitätsangebote (z.B. Fahrrad-Leasing) ist ebenfalls im 2023-Fußabdruck berücksichtigt.

Die durchgeführten **Dienstreisen** in der Mediengruppe verursachen in 2023 7,9% der Emissionen im Geschäftsbereich Verwaltung. Die vorgeschriebene Bilanzierung der Dienstreisen anhand von Reisekategorien (Auto, Bahn, Flug, Taxi und Hotel-

aufenthalt) (in EUR) ist im vorliegenden Bericht nur über Annahmen und die Analyse von Buchungstexten möglich, da systemseitig Reisekosten bisher nicht in Reisekategorien verbucht werden. Der Rollout eines Reisekostentools an den Standorten Düsseldorf & Niederrhein, Bonn und Hamburg wird die Datenqualität in dieser Emissionskategorie in den Folgejahren verbessern



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung
- 2.1.6. Geschäftsbereich Digital**
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

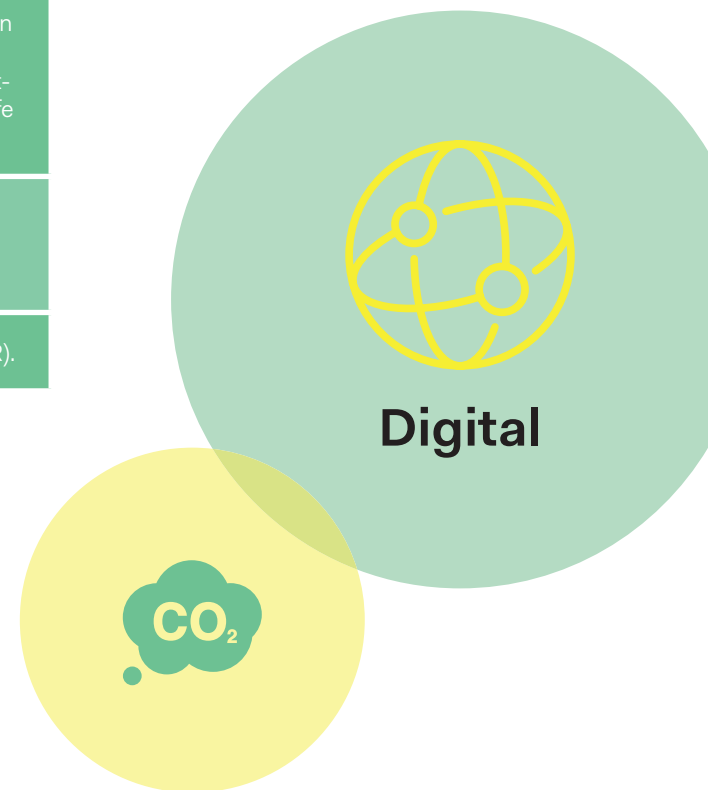
Impressum



2.1.6. Geschäftsbereich Digital

Im Geschäftsbereich Digital werden die Emissionen ausgewiesen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien der Mediengruppe auf verschiedenen Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) gelesen werden. In diesem Bericht werden die Hauptwebseiten, die ca. 90% des gesamten Webseiten-Traffics der Mediengruppe-Angebote ausmachen, sowie die ePaper der Mediengruppe bilanziert. Apps sind nicht Bestandteil des Berichts. Zudem werden die Emissionen für Datenverarbeitung und Hosting, Software und eingekaufte Hardware bilanziert. Die Erfassung der Emissionen im Bereich Digital ist aktuell am schwierigsten (noch deutlich weniger Standards und Transparenz als im Geschäftsbereich Druck). Es muss davon ausgegangen werden, dass die ausgewiesenen Emissionen im Digitalen steigen werden, sobald die Datenqualität zunimmt.

Emissionskategorien Geschäftsbereich Digital	
Nutzung verkaufter Produkte	Bilanzierung der Emissionen, die durch den Stromverbrauch entstehen, wenn Online-Medien (Webseiten, ePaper) der Mediengruppe auf verschiedenen Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) gelesen werden (in Produktgröße, Aufrufe und Gesamtbetrachtungsdauer).
Bezogene Dienstleistungen	Bilanzierung bezogener Dienstleistungen: Software und Datenverarbeitung sowie Hosting/ Serverleistungen (in EUR).
Büroausstattung	Bilanzierung der eingekauften Hardware (in EUR).



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 2.1.2. Geschäftsbereiche
 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 2.1.5. Geschäftsbereich
 Verwaltung

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

2.2. Klimawandel und
 Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen
 2.6. Kreislaufwirtschaft

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung

Impressum

Emissionen Geschäftsbereich Digital pro Standort (in tCO₂e)

DIGITAL GESAMT	1.935,2	100,0 %
Düsseldorf & Niederrhein	1.297,0	67,0%
Saarbrücken & Trier	440,7	22,8%
Bonn	91,7	4,7%
Hamburg, München & London	105,9	5,5%

Hundert Prozent der anfallenden Emissionen im Geschäftsbereich Digital sind Scope 3-Emissionen:

Emissionen Geschäftsbereich Digital nach Scope 1 – 3 (in tCO₂e)

DIGITAL GESAMT	1.935,2	100,0 %
Scope 1	0,0	0,0%
Scope 2	0,0	0,0%
Scope 3	1.935,2	100,0%



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
 - 2.1.1. Mediengruppe Gesamt
 - 2.1.2. Geschäftsbereiche
 - 2.1.3. Geschäftsbereich Druck
 - 2.1.4. Geschäftsbereich Logistik
 - 2.1.5. Geschäftsbereich Verwaltung

2.1.6. Geschäftsbereich Digital

- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

Im Düsseldorfer Zentraleinkauf sind mehrere Maßnahmen umgesetzt worden, um den CO₂-Fußabdruck der eingekauften Hardware zu senken. Zwei Beispiele hierfür sind der Bezug von: (1) energieeffizienten Elektrogeräten und (2) der Bezug von Laptops, bei denen recycelte oder erneuerbare Materialien bei der Notebook-Produktion verbraucht wurden. Der Verkauf von IT-Hardware an Wiederverwerter rundet das Maßnahmenpaket ab.

Emissionen Geschäftsbereich Digital nach Emissionskategorie (in tCO ₂ e)		
DIGITAL GESAMT	1.935,2	100,0 %
Bezogene Dienstleistungen	798,0	41,2%
Nutzung verkaufter Produkte	781,8	40,4%
Büroausstattung	355,5	18,4%



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

2.1. CO₂-Fußabdruck

2.2. Klimawandel und Klimaschutz

2.3. Energie

2.4. Umweltverschmutzung

2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

2.2. Klimawandel und Klimaschutz

Die Rheinische Post Mediengruppe hat mit der Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks sowie verschiedenen Beratungsprojekten mit den Schwerpunkten Energie und Dekarbonisierung einen Meilenstein für die zukünftige Klimaschutzstrategie erreicht. Die erlangte Daten- und Informationsbasis ermöglicht

1. einen **Überblick über die Emissionstreiber** sowie das **Einflussvermögen** der Mediengruppe auf diese Emissionstreiber zu erlangen,
2. die **Reduktion direkt beeinflussbarer Treibhausmissionen zu priorisieren** und nötige Maßnahmen zu ergreifen (z.B. Beauftragung von Fachplanern zur Ausarbeitung der Dekarbonisierungsmaßnahmen),
3. **konkrete CO₂-Reduktionsziele** für die nächsten Jahre zu **definieren** und zu **verfolgen**.

Wirksamer Klimaschutz ist leider nicht von heute auf morgen umzusetzen – die Mediengruppe hat nun aber den Grundstein für die Umsetzung größerer Maßnahmen gelegt. Die Vision der Rheinische Post Mediengruppe beschreibt, dass sie es sich zum Ziel gesetzt hat, einen **wertvollen Beitrag zur Bewahrung einer lebenswerten Heimat zu leisten**, indem die Umweltwirkungen ihrer Tätigkeiten reduziert werden und auf die bestmögliche Schonung von Klima und Ressourcen geachtet wird. Aus diesem Grund wurden beispielsweise

die seit Februar 2022 umgesetzten Energiesparmaßnahmen im Rahmen der Gasmangellage bis zum heutigen Tag nur teilweise zurückgenommen. Für alle Standorte gibt es einen **ausgearbeiteten Energie- und Dekarbonisierungs- Maßnahmenkatalog** (weitere Details in [2.3. Energie](#)).

Im Zuge der fortschreitenden **Elektrifizierung der Dienstwagenflotte**, wurden die Vorbereitungen zur Erweiterung der **Ladeinfrastruktur** am Düsseldorfer Campus (drei weitere Ladesäulen mit sechs Ladepunkten) Ende 2023 abgeschlossen, sodass die Ladesäulen in 2024 installiert werden. Am Trierer Standort konnte die **Elektro-Logistikflotte** um weitere 22 Fahrzeuge ausgebaut werden.

Die Kommunikation mit den Mitarbeitenden, deren Sensibilisierung sowie das Schaffen von Anreizen zu klimaschonendem Verhalten (z.B. Bezuschussung des 49-Euro-Tickets) spielen durchgehend eine wich-

tige Rolle, um gemeinschaftlich an den formulierten Nachhaltigkeitszielen zu arbeiten. Ihrer **gesellschaftlichen Verantwortung** kommt die Mediengruppe durch die **regelmäßige Berichterstattung über gesellschaftliche Themen und Initiativen** im Rahmen der Nachhaltigkeit nach. Im Jahr 2023 wurden in den Tageszeitungen verschiedene Schwerpunktausgaben zum Thema Nachhaltigkeit veröffentlicht – beispielsweise [„Nachhaltigkeit leben“](#) der Rheinische Post und [„Umweltbewusstsein“](#) des Trierischen Volksfreunds. Seit 2015 erscheint jährlich im Anzeigenblatt des Saarländischen Wochenblattverlags die Sonderbeilage „Nachhaltigkeit“. Diese wurde im Jahr 2020 vom Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen (BVDA) in der Kategorie „Innovation - die beste Idee des Jahres“ ausgezeichnet. Die im Zweiwochentakt erscheinenden Newsletter „Thema:Klima - für die Zukunft im Saarland“ und „Sauwer leben“ bündeln spannende Informationen rund um die Themen Klima, Umwelt, Naturschutz und Nachhaltigkeit in den Regionen und runden so das Produktportfolio an den Standorten Saarbrücken und Trier ab.

Die Hamburger Fachmedien betreuen [ZERO](#), eine digitale Informationsplattform mit dem Themenfokus Nachhaltigkeit in der Transport- und Logistikwelt. Die Inhalte kommen direkt aus der Redaktion der DVZ Deutsche Verkehrszeitung oder werden von Unternehmen unter dem Label „Corporate Content“ zur Verfügung gestellt.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt
2.1. CO₂-Fußabdruck
2.2. Klimawandel und
Klimaschutz

2.3. Energie
2.4. Umweltverschmutzung
2.5. Wasserressourcen
2.6. Kreislaufwirtschaft

03
Soziales

04
Unternehmensführung

Impressum

2.3. Energie

Rund 31% aller Emissionen der Mediengruppe fallen in die Kategorie „Energie“ ((1) eingekaufter Strom, (2) Brennstoffe für Heizungen und Anlagen und (3) Bezug von Wärme, Dampf und Kälte), davon entfallen alleine 40,8% auf die beiden eigenen Druckereien. Maßnahmen im Bereich Energie mit den Zielen einer optimierten Nutzung und generellen Reduzierung werden bereits seit einigen Jahren an den Standorten der Mediengruppe, insbesondere in den Druckereien, umgesetzt. Neben den aktiv vorangetriebenen Energiesparmaßnahmen wirkt sich natürlich auch der branchenweite Rückgang der Printauflagen auf den Energieverbrauch der Druckereien aus.

In der Düsseldorfer Druckerei verfügen alle Kompressoren bereits seit Jahren über eine Wärmerückgewinnung, deren erzeugte Mengen in das Heizungsnetz der Druckerei eingespeist werden. Die Wärmemenge wird erfasst und ist erheblich. Die Nutzung weiterer Abwärmequellen wird im Jahr 2024 untersucht und gemessen; internen Einschätzungen des Fachpersonals zufolge gibt es allerdings vermutlich nicht genügend Temperaturgefälle für eine effektive Rückgewinnung und eine weitere Nutzung.

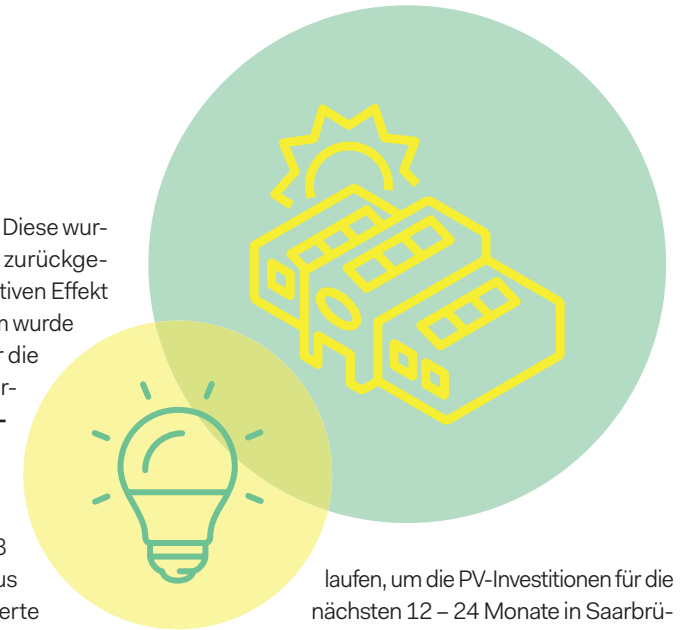
In Saarbrücken wird mit Fernwärme geheizt. Der CO₂-Emissionsfaktor für Fernwärme in Saarbrücken beträgt 0 g/KWh. Die Heizungen in den Produktionshallen werden mit Umluft betrieben, d.h. bereits erwärmte Luft wird abgesaugt und wieder in den Kreislauf eingeführt, um die zugeführte Luft vorzutemperieren und Temperaturdifferenzen zwischen Innen- und Außenluft zu reduzieren. So muss die Außenluft nur um zwei bis fünf Grad erhitzt werden.

Die Mediengruppe hat seit Februar 2022 eine Vielzahl an Maßnahmen im Zuge der Gasmangellage zur Re-

duzierung des Energiebedarfs umgesetzt. Diese wurden nur teilweise ab Herbst 2023 wieder zurückgenommen und haben somit auch einen positiven Effekt auf die Reduzierung der Emissionen. Zudem wurde ein Beratungsunternehmen beauftragt für die Druckereistandorte Düsseldorf und Saarbrücken das **optimale, alternative Energieversorgungskonzept** (unter Berücksichtigung von Photovoltaik, Erdwärme etc.) zu ermitteln und zu entwickeln. Ferner wurde eine Energieberatung im Jahr 2023 mit der Ermittlung des energetischen Status der Liegenschaften beauftragt. Die detaillierte Analyse identifizierte neben dem Status Quo auch Optimierungspotenziale. Die Fachbereiche je Standort (Innen- und Immobilienverwaltung, Energie, Bau etc.) haben die Ergebnisse geprüft, bewertet und auf Basis ihrer Dringlichkeit sowie Wirtschaftlichkeit über die nächsten Jahre priorisiert. Die Beauftragung von Fachplanern zur Konkretisierung der Maßnahmen erfolgt im Jahr 2024.

Im Sommer 2023 ist die **erste Photovoltaik-Anlage am Düsseldorfer Campus** errichtet und in Betrieb genommen worden. Eine **zweite, deutlich größere PV-Anlage** ist bestellt und wird im Sommer 2024 angeschlossen.

Anfang 2024 wurde die **vorhandene PV-Anlage am Standort Trier ausgebaut** und die PV-Leistung um 90 KWp erhöht. Auch **am Standort Saarbrücken finden Analysen für die mögliche Errichtung von PV-Anlagen** statt. Die hohen Investitionskosten, die mit einer oder mehreren PV-Anlagen verbunden sind, werden in verschiedenen Szenarien gerechnet, um die „Grenzrentabilität“ verschiedener Elemente der Gesamtinvestition zu ermitteln. Die differenzierten Betrachtungen



laufen, um die PV-Investitionen für die nächsten 12 – 24 Monate in Saarbrücken zu konkretisieren.

Die circ IT GmbH & Co KG (der IT-Dienstleister der Mediengruppe) hat in den Bereichen Kühlung und Technik des Rechenzentrums im Frühjahr 2023 in eine Modernisierung investiert und spart dadurch rund 60% des bisher verbrauchten Stroms pro Jahr ein. Die neue Klimaanlage nutzt dabei mit der sogenannten „freien Kühlung“ ein innovatives Prinzip, da diese Art der Kühlung größtenteils ohne den Betrieb einer Kältemaschine auskommt. Lediglich bei sommerlichen Temperaturen ab 25 Grad muss eine zusätzliche Kälteerzeugung stattfinden, da im Rechenzentrum Tag und Nacht eine konstante Temperatur von 24 Grad herrschen muss. Notwendig wird eine permanente Kühlung des Rechenzentrums durch die warme Abluft der Systeme, die etwa Server während ihres Dauerbetriebes abgeben. Besonders der Betrieb von Servern und weiterer IT-Technik erfordert einen gewissen Strombezug. Daher wurde auch an einer weiteren Stelle modernisiert: Durch den Einsatz neuer und effizienterer Technik im Rechenzentrum können dort weitere Stromeinsparungsmaßnahmen umgesetzt werden.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt
2.1. CO₂-Fußabdruck
2.2. Klimawandel und Klimaschutz
2.3. Energie
2.4. Umweltverschmutzung
2.4.1. Luftverschmutzung
2.4.2. Wasserverschmutzung
2.4.3. Besorgniserregende
Stoffe
2.5. Wasserressourcen
2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

2.4. Umweltverschmutzung

Ein enormer logistischer Aufwand ist erforderlich, um die Vielzahl verschiedener Druckprodukte in die Haushalte der Verbreitungsgebiete zuzustellen. Produktion und Distribution werden in komplexen Prozessen gesteuert und von einem umfangreichen Qualitätsmanagement begleitet. Leider kann die Fehlleistung von einzelnen Mitarbeitenden **in Ausnahmefällen zur unerwünschten Entsorgung von Restexemplaren oder Verpackungsmaterialien (z.B. Packbänder) außerhalb des Müllkreislaufs** führen. Ins-

pektoren kontrollieren zeitnah und regelmäßig die Abladestellen. Meldungen über Verunreinigungen können täglich entgegengenommen werden.

Generell werden die Printprodukte (Tageszeitung, Anzeigenblätter) der Mediengruppe folienfrei ausgeliefert. Ausnahmen bilden nur der General-Anzeiger Bonn (wird seit September 2023 vorübergehend in Rüsselsheim gedruckt und wieder foliert) sowie langanhaltende Schlechtwetterperioden.

2.4.1. Luftverschmutzung

Die **Produktions- und Verwaltungsgebäude** der Mediengruppe setzen durch die Verarbeitung von Gas, Fernwärme und Strom Emissionen in Form von Rauch und Dämpfen frei.

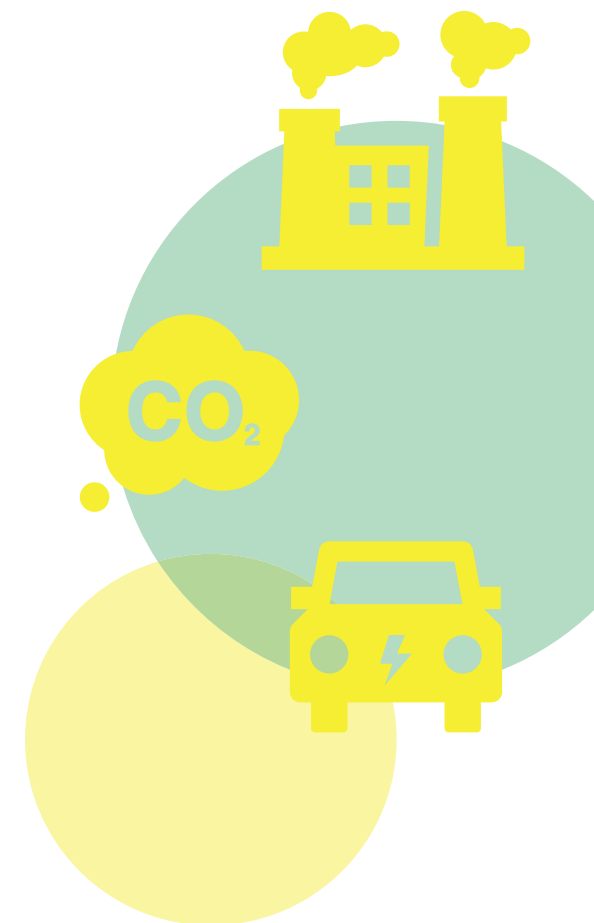
Die **Zustellgesellschaften** der Rheinische Post Mediengruppe sorgen täglich dafür, dass eine Vielzahl verschiedener Druckprodukte zuverlässig und pünktlich zugestellt wird. Die Logistikexperten setzen auf eine Routen-Optimierungssoftware, um den komplexen Logistikprozess möglichst ressourcen- und umweltschonend durchzuführen sowie permanent zu verbessern.

Der Standort Trier (und in Teilen auch der Standort Saarbrücken) verfügt über einen **eigenen Logistikfuhrpark**, welcher schrittweise auf Fahrzeuge mit

emissionsarmen Antrieben umgerüstet wird. Der Trierer Fuhrpark umfasst im Jahr 2023 40 E-Fahrzeuge. Für den Standort Saarbrücken sind sieben E-Fahrzeuge bestellt. Alle anderen Standorte beziehen **Logistikdienstleistungen über Transportunternehmen und Zusteller**.

Emissionen, die mit der direkten Bürotätigkeit einhergehen und die Luft verschmutzen, betreffen **Dienstwagen, Dienstreisen** sowie die generelle **Mobilität der Mitarbeitenden**. Die Reiserichtlinie der Mediengruppe verpflichtet Mitarbeitende, die Notwendigkeit sowie die Frequenz der Reise oder mögliche Alternativen (z.B. Telefon- oder Videokonferenzen) unter Betrachtung des Umweltschutzes zu prüfen. Für alle innerdeutschen Dienstreisen gelten die Deutsche Bahn und der ÖPNV grundsätzlich als präferierte Beförderungsmittel.

Mit der **Bezuschussung des 49-Euro-Tickets** an allen Standorten schafft die Mediengruppe einen attraktiven Anreiz zur stärkeren Nutzung des ÖPNV für den Arbeitsweg sowie die Freizeit. Die positiven Auswirkungen der achtmonatigen Zuschussung im Jahr 2023 (Mai-Dezember) spiegeln sich bereits in den Zahlen der durchgeführten Pendlerumfrage wider. An jedem Standort ist die Nutzung des ÖPNV zwischen fünf und acht Prozentpunkten gestiegen. Als weitere Mobilitätsalternative bietet die Mediengruppe in Kooperation mit Company-Bike ein **Fahrradleasing** an.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung

- 2.4.1. Luftverschmutzung

- 2.4.2. **Wasserverschmutzung**

- 2.4.3. **Besorgniserregende**

Stoffe

- 2.5. Wasserressourcen
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

2.4.2 Wasserverschmutzung

Verschmutztes Abwasser der Düsseldorfer Druckerei besteht aus dem alten und verschmutzten Feuchtwasser und dem Abwasser der Entwicklungsanlagen, das bei der Reinigung der Druckplatten anfällt. Das alte Feuchtmittel wird aufgefangen und in eine genehmigte (auf dem Campus stehende) Abwasserbehandlungsanlage zur Reinigung geleitet. Das gereinigte Wasser wird dann vor der Einleitung in den Kanal mit dem Reinigungswasser der Plattenentwicklung vermischt, das leicht mit der Reinigungsflüssigkeit verunreinigt ist.

Gemäß der wasserrechtlichen Genehmigung des Umweltamtes entnimmt die Düsseldorfer Druckerei quartalsweise Proben und schickt diese ein, sodass die **Einhaltung der durch das Umweltamt vorgegebenen Grenzwerte** überprüft wird.

In Saarbrücken wird das Feuchtwasser gefiltert und wieder in den Kreislauf eingeführt. Das Entwicklungswasser (Auswaschgummierung) wird aufgefangen und fachgerecht entsorgt.

2.4.3. Besorgniserregende Stoffe

In den eigenen Druckereien (Düsseldorf und Saarbrücken) sind alle besorgniserregenden Stoffe im Gefahrstoffkataster erfasst, inklusive Angaben zu der gelagerten Menge, dem Lagerort, dem Einsatzzweck und dem Sicherheitsdatenblatt. Alle Gefahrstoffe werden in Behältern, die auf Auffangbehältern stehen, gelagert, damit sie bei Undichtigkeiten nicht in die Kanalisation gelangen können.

Jährlich verbrauchen die beiden Druckereien der Rheinische Post Mediengruppe rund 440 Tonnen **Druckfarbe**. Druckfarben gelten ebenfalls als Gefahrstoffe, die sich allerdings nicht mit Wasser mischen lassen. Die Farben haben daher die Wassergefährdungsklasse (WGK) 1. Altfarbe wird über einen Entsorger abgeholt und fachgerecht entsorgt. Gemäß der Zielsetzung der verabschiedeten Selbstverpflichtung der AGRAPA arbeiten die beiden Druckereien

mit Hochdruck an den Vorbereitungen für einen **Umstieg auf mineralölfreie Druckfarben** (ebenfalls WGK 1). Die Menge an eingesetzter mineralöhlhaltiger Druckfarbe soll sich bis Ende 2025, im Vergleich zum Referenzjahr 2020, halbieren.

In den Klimaanlagen der Druckereien wird **Kühlmittel** eingesetzt, welches nicht toxisch, aber entzündbar ist. Die Klimaanlagen werden regelmäßig überprüft und gewartet. Bei erkanntem Kühlmittelverlust wird die Anlage neu abgedichtet, abgedrückt (zur Kontrolle der Dichtigkeit) und dann wieder in Betrieb genommen.

Zur Löschung von etwaigen Bränden in Elektro- und Serverräumen wird auf dem Campus in Düsseldorf ausschließlich INERGEN (Gemisch aus 52 % Stickstoff, 40 % Argon und 8 % CO₂) verwendet. Lediglich das

CO₂ ist treibhauswirksam. Die Dichte von INERGEN ist höher als die von Luft, sodass es nur langsam aus dicht verschlossenen Räumen entweichen kann. Die Flaschenbatterien haben eine Gasfüllstandsüberwachung, mit der Leckagen direkt über die Steuerzentrale gemeldet werden. Die **Löschanlagen** werden regelmäßig gewartet und jährlich geprüft.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

- 2.1. CO₂-Fußabdruck
- 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
- 2.3. Energie
- 2.4. Umweltverschmutzung
- 2.5. Wasserressourcen
 - 2.5.1. Wasserverbrauch**
 - 2.5.2. Ableitung von Wasser**
- 2.6. Kreislaufwirtschaft

03

Soziales

04

Unternehmensführung

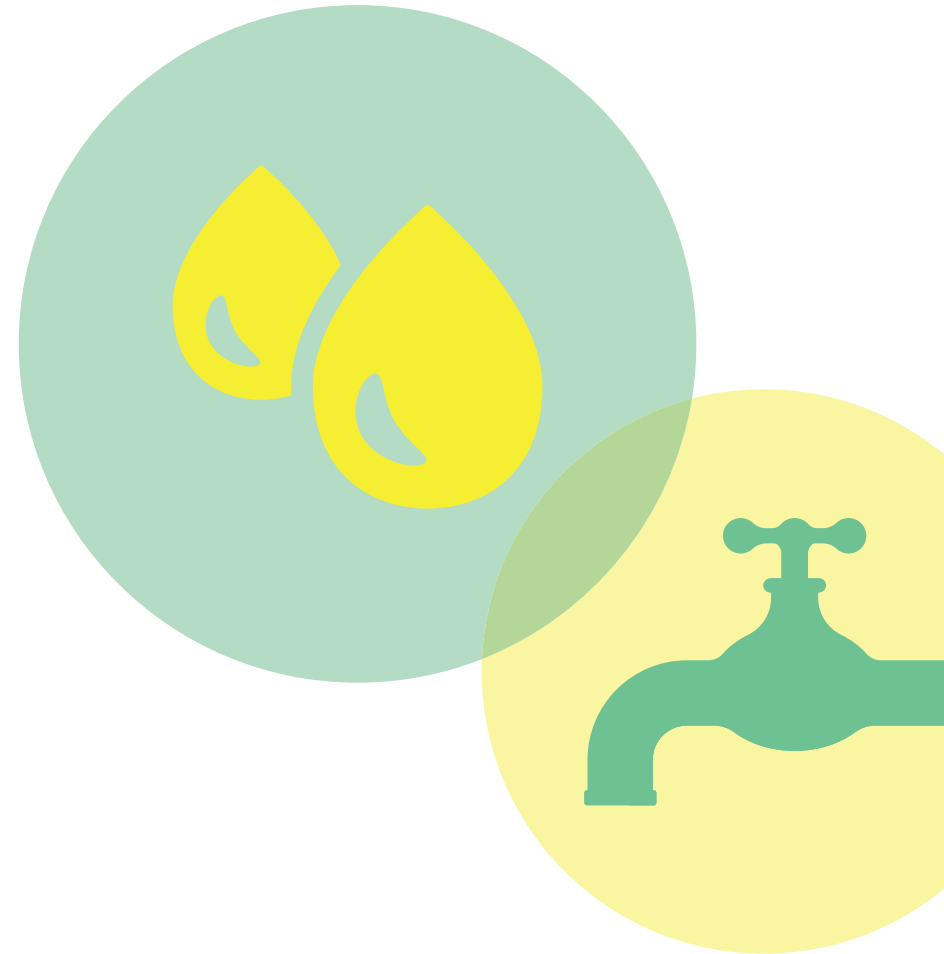
Impressum

2.5.1. Wasserverbrauch

Am Düsseldorfer Campus ist die zu bezahlende Abwassermenge wesentlich niedriger als die eingekaufte Frischwassermenge, da Trinkwasser nicht wieder in die Kanalisation gelangt, sondern für die **Gartenbewässerung, die Luftbefeuchtung der Papierlagerhallen** und die **Kühltürme** genutzt wird. Ähnlich ist es auch in der Saarbrücker Druckerei, in der ebenfalls **Vernebler im Papierlager**, in der Plattenherstellung sowie in der Weiterverarbeitung genutzt werden. Die **adiabatische Kühlung** der Rotationsanlage wird nur als Unterstützung bei Temperaturen mehr als 30 Grad Celsius eingeschaltet, um den Wasser- und auch den Stromverbrauch gering zu halten.

2.5.2. Ableitung von Wasser

Bei dem Bau von Druckhaus 2 im Jahr 2000 auf dem Campus in Heerdthausen wurde die Regenwasserableitung in einen **Versickerungsbereich** direkt mit geplant. Das gesamte Regenwasser des Gebäudes und der neu entstandenen Umgehungsstraßen um das Gebäude herum werden komplett in den Versickerungsbereich an der Autobahn geleitet. Im Jahr 2010 musste das Dach der Lade- und Kommissionierhalle aus statischen Gründen angepasst werden. In diesem Zuge wurde der Notüberlauf der Dächer der Lade- und Kommissionierhalle ebenfalls in den Versickerungsbereich abgeleitet. Auch in Trier wird ein Teil des Regenwassers in einen Entwässerungsgraben geleitet, damit es in den Freiflächen versickern kann. Das restliche Niederschlagswasser läuft, wie auch in der Saarbrücker Druckerei, in die Entwässerungskanalisation.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt
 2.1. CO₂-Fußabdruck
 2.2. Klimawandel und Klimaschutz
 2.3. Energie
 2.4. Umweltverschmutzung
 2.5. Wasserressourcen

2.6. Kreislaufwirtschaft

2.6.1. Abfälle

03

Soziales

04

Unternehmensführung

Impressum

2.6. Kreislaufwirtschaft

Das Löse- / Waschmittel, welches zum Reinigen von Walzen und den Walzenwaschanlagen nach den Druckvorgängen zum Einsatz kommt, wird wieder aufgefangen und regelmäßig von Tankwagen abgeholt und recycelt bzw. entsorgt.

Beide Druckereien verkaufen Altpapier (Makulatur) sowie verbrauchte Druckplatten an ein Entsorgungsunternehmen, das die Produkte dem Recyclingkreislauf wieder zuführt. Beim Altpapier

handelt es sich um einen geschlossenen Recycling-Kreislauf, die Druckplatten hingegen werden einem offenen Recycling-Kreislauf zugeführt (sie werden wieder eingeschmolzen und dann nicht mehr als Rohmaterial für die graphische Industrie genutzt). Außerdem werden auch **Kunststoffe** getrennt gesammelt und vom Entsorger dem Recycling zugeführt. Gleiches gilt für **Kartonagen, Pappe und Holz**. Auch die Resthülsen der Papierrollen werden getrennt gesammelt und wiederverwendet.

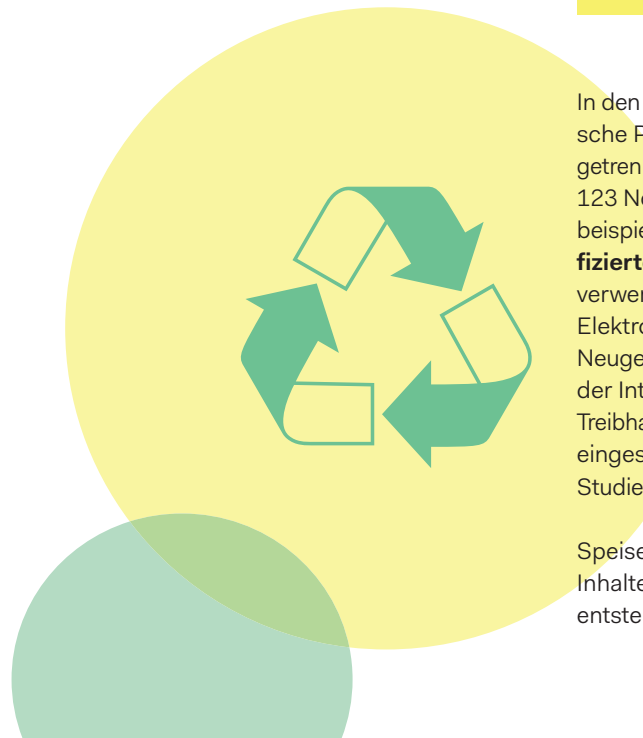
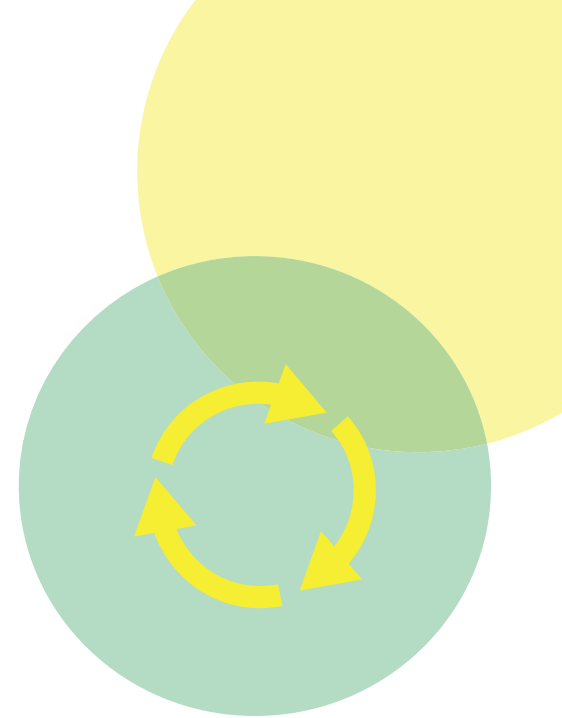
2.6.1. Abfälle

In den Bürogebäuden und den Kantinen der Rheinische Post Mediengruppe werden Abfälle sorgsam getrennt. Eine große Menge an Alt-Geräten (356 PCs, 123 Notebooks, 41 Smartphones, 7 Tablets) wurde beispielsweise am Standort Düsseldorf einem **zertifizierten Refurbishment-Prozess** für die Wiederverwendung zugeführt. Durch die Vermeidung von Elektroschrott und den Entfall der Produktion von Neugeräten, konnten laut des erhaltenen Zertifikats der Interzero Product Cycle GmbH 103.817 kg an Treibhausgasen und 161.015 kg an Primärressourcen eingespart werden (Quelle Berechnungsmethodik: Studie „ReUse IT-Geräte“ Fraunhofer UMSICHT).

Speisereste aus den Kantinen und Fettabscheider-Inhalte werden in Biogasanlagen entsorgt. Daraus entsteht Biogas und biologischer Dünger. Während

der Corona-Pandemie ist die Nachfrage nach Geschirren zum Mitnehmen im Düsseldorfer Betriebsrestaurant vorübergehend deutlich angestiegen. Gewachsen ist damit auch der täglich anfallende Verpackungsmüll. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, wird seit Anfang 2023 **nachhaltiges Mehrweg-Geschirr** angeboten.

Die Düsseldorfer Zentrale der Mediengruppe beteiligt sich, neben vielen weiteren lokal ansässigen Unternehmen (wie z.B. METRO), an einer „Kronkorken-Sammel-Aktion“ der Blockblocks Rhein Cleanup. Korken bestehen aus Weißblech und können recycelt werden. Der Erlös geht zu 100 Prozent an lokale Tierschutzorganisationen.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

- 3.1. Personal
- 3.2. Arbeitsbedingungen
- 3.3. Vereinbarkeit von
Berufs- und Privatleben
- 3.4. Gesundheitsschutz und
Sicherheit
- 3.5. Gleichbehandlung,
Chancengleichheit
und Vielfalt
- 3.6. Schulungen und Kompe-
tenzentwicklung
- 3.7. Beschäftigung
Minderjähriger

04

Unternehmensführung

Impressum

03 Soziales



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

03
 Soziales

3.1. Personal

3.2. Arbeitsbedingungen
 3.3. Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben
 3.4. Gesundheitsschutz und Sicherheit
 3.5. Gleichbehandlung, Chancengleichheit und Vielfalt
 3.6. Schulungen und Kompetenzentwicklung
 3.7. Beschäftigung Minderjähriger

04
 Unternehmensführung

Impressum

3.1. Personal

Die Rheinische Post Mediengruppe beschäftigt zum Stichtag 31.12.2023 an ihren Standorten in Nordrhein-Westfalen, im Saarland und in Rheinland-Pfalz sowie in Hamburg, München und London insgesamt **10.505 Personen**, darunter **7.798 Zustellende**. Die Zahl der 2.707 Mitarbeitenden (ohne Zustellende) setzt sich aus 2.298 Angestellten sowie 409 Volontären, Auszubildenden, Werkstudenten, Praktikanten und Aushilfen zusammen.

71,4% der Mitarbeitenden (1.933) befinden sich in einer Vollzeit-Beschäftigung. 51,4% der Mitarbeitenden sind männlich (1.391), 48,6% weiblich (1.315) und 0% ohne Angabe (1).

Die **Altersstruktur** der Mitarbeitenden der Mediengruppe ist **sehr heterogen, tendenziell überwiegen jedoch ältere Mitarbeitende**. 50,6% der Personen (1.368) sind unter 50 Jahre alt, davon 11,6% unter 30 Jahre (313). 1.338 Personen sind 50 Jahre und älter (49,4%).

47,0% aller Mitarbeitenden (1.271) sind elf Jahre und länger bei der Mediengruppe angestellt. 26,8% (725) arbeiten seit drei bis zehn Jahren für das Unternehmen. Die relativ hohe Quote an Personen, die über eine Betriebszugehörigkeit von unter drei Jahren verfügen (26,3%), ist auf die verstärkte Ausrichtung auf das Digitalgeschäft (verbunden mit entsprechenden Neuanstellungen) und die intensivierte Ausbildungstätigkeit, auch im journalistischen Bereich, zurückzuführen.

Gesamtzahl der Mitarbeitenden

Mitarbeitende	2.707	davon 2.298 Angestellte
		davon 54 Auszubildende
		davon 50 Volontäre
		davon 18 Werkstudenten
		davon 4 Praktikanten
		davon 283 Aushilfen / geringfügige Beschäftigte
Zustellende	7.798	
GESAMT	10.505	

Altersstruktur in Jahren (Anzahl Mitarbeitende, Anteil in Prozent)

unter 30	30 – 39	40 – 49	50 – 59	über 60
313 (11,6%)	488 (18,0%)	567 (21,0%)	818 (30,2%)	520 (19,2%)

Betriebszugehörigkeit in Jahren (Anzahl Mitarbeitende, Anteil in Prozent)

unter 3	3 – 5	6 – 10	11 – 20	21 – 30	31 – 40	41 – 50
711 (26,3%)	251 (9,3%)	474 (17,5%)	498 (18,4%)	469 (17,3%)	255 (9,4%)	49 (1,8%)



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

3.1. Personal

3.2. Arbeitsbedingungen

3.3. Vereinbarkeit von

Berufs- und Privatleben

3.4. Gesundheitsschutz und
Sicherheit

3.5. Gleichbehandlung,
Chancengleichheit
und Vielfalt

3.6. Schulungen und Kompe-
tenzentwicklung

3.7. Beschäftigung
Minderjähriger

04

Unternehmensführung

Impressum

3.2. Arbeitsbedingungen

Arbeitsbedingungen zu schaffen, in denen Mitarbeitende gerne arbeiten, ist Ziel der Rheinische Post Mediengruppe. Die lange Betriebszugehörigkeit (47,0% der Mitarbeitenden haben eine Betriebszugehörigkeit von elf Jahren und länger) zeigt, dass die Mediengruppe diesen Ansprüchen regelmäßig gerecht wird. Die Mediengruppe steht für ein **wirtschaftlich solides, lang bestehendes, etabliertes und in den Regionen tief verwurzeltes Unternehmen**. Die Krisen der vergangenen Jahre (Corona-Pandemie, Papierkrise, Ukraine-Krieg, Energiekrise) haben bewiesen, dass die Mediengruppe auf neue Herausforderungen gut und schnell reagieren kann und ihren Mitarbeitenden eine **sichere Beschäftigung** bietet.

Eine Vielzahl an Arbeitszeitmodellen, um den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeitenden nachzukommen sowie die betrieblichen Produktionsabläufe sicherzustellen, bildet eine weitere Komponente bestmöglicher Arbeitsbedingungen. Neben Vertrauensarbeitszeit gibt es Mitarbeitende, die sich Arbeitsplätze teilen, Schicht-, Wochenend- und Nachtarbeit in den Druckereien und der Vorstufe. Außerdem werden sämtliche Teilzeitmodelle angeboten, um beispielsweise Eltern den Wiedereinstieg in die Berufswelt oder Mitarbeitenden Fortbildungsmaßnahmen (z.B. ein berufsbegleitendes (Fern-) Studium) zu ermöglichen.

Die **Vergütung** ist angemessen und fair.

Des Weiteren stellt die Rheinische Post Mediengruppe sicher, dass das **körperliche Wohlbefinden** und die **Sicherheit am Arbeitsplatz** für alle Mitarbeitenden gewährleistet sind. Viele Initiativen und **Mitarbeiter-Services** fördern einen abwechs-

lungsreichen Büroalltag sowie ein kollegiales Miteinander. An den Verlagsstandorten Düsseldorf und Saarbrücken bieten Kantinen Mitarbeitenden die Möglichkeit gemeinsam die Mittagspause zu verbringen. Im Sommer bieten außerdem die zur Kantine gehörende Terrasse sowie der Mitarbeitergarten am Campus Düsseldorf die Gelegenheit das Essen oder auch ein Meeting an der frischen Luft zu genießen bzw. abzuhalten. Am Bonner Standort können Mitarbeitende einen Pausenraum zum gemeinsamen Mittagessen nutzen. In den Sommermonaten steht dort auf dem Hof eine mit Sonnenschirm ausgestattete Lounge-Ecke zur Verfügung. Am Hamburger Standort können öffentliche Kantinen von den Mitarbeitenden genutzt werden.

Mitarbeitende, die **musikalisch aktiv** sein möchten, können sich dem sogenannten „Werkschor“, der Band oder einer Tanzgruppe anschließen. Die Angebote richten sich an Mitarbeitende aller Standorte, Altersklassen und Hierarchiestufen. Auftritte finden zweimal jährlich im Rahmen der Mitarbeiterfeste (Sommerfest, Weihnachtsfeier) statt.

Mit Kollegen **gemeinsam Sport treiben**, etwas für die Gesundheit tun, Muskeln und Kondition aufbauen – für die „Sportzeit“, das Sportangebot für Mitarbeitende der Rheinische Post Mediengruppe, sprechen viele Gründe. Alle Angebote sind kostenlos: Boxen, Funktionales Training, Fußball, Rudern, Tischtennis und Yoga. Am Standort Saarbrücken gibt es außerdem ein Fitnessstudio-Angebot.

Ergänzend zur regulären Sportzeit nimmt die Rheinische Post Mediengruppe alljährlich am deutschen **Firmenlauf B2Run** in Düsseldorf teil. Im Jahr 2023 ist das Unternehmen außerdem mit vier Booten bei der **Benefiz-Ruder-Regatta „Düsseldorf am Ruder – für Menschen mit Krebs“** gestartet. Mitmachen konnte auch hier wieder jeder – egal ob Anfänger oder fortgeschrittenerer Ruderer.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

3.1. Personal

3.2. Arbeitsbedingungen

3.3. Vereinbarkeit von

Berufs- und Privatleben

3.4. Gesundheitsschutz und

Sicherheit

3.5. Gleichbehandlung,

Chancengleichheit

und Vielfalt

3.6. Schulungen und Kompe-

tenzentwicklung

3.7. Beschäftigung

Minderjähriger

04

Unternehmensführung

Impressum

In 2023 veranstaltete die Rheinische Post Medien-gruppe verschiedene, kleinere Events und spendete die Einnahmen an wohltätige Zwecke. Beispiele hierfür sind der Bücherbasar und die Azubi-Initiative für Kleiderspenden in Düsseldorf-Heerdt, der Volksfreund-Kinderflohmarkt in Trier oder die Baumpflanz-Aktion in Hamburg. Die **Stiftung Saarbrücker Zeitung** bietet aktuellen oder ehemaligen Mitarbeitenden schnelle und unbürokratische Hilfe in unverschuldeten Notsituationen an (z.B. in Form eines zinslosen Kredits).

Vergünstigte Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements, die Bezuschussung des 49-Euro-Tickets, Fahrrad-Leasing über Company-Bike, einen Paketservice, Vergünstigungen über das Portal Corporate Benefits runden in Form von **Mitarbeiter-Services** das Angebot ab.

Eine regelmäßig stattfindende, gruppenweite **Mitarbeiterbefragung** dient als Gradmesser für die Zufriedenheit im Arbeitsalltag, die letzte fand im Sommer 2023 statt. Fragen und Themen der Befragung sind beispielsweise: Wie steht die Mediengruppe in puncto Mitarbeiterzufriedenheit da? Was läuft gut? Welche Nachholbedarfe bestehen? Welche Themen sind für Mitarbeitende besonders wichtig? Die Ergebnisse zeigten, dass sich einige Trends der vergangenen Befragungen fortsetzen: Zum einen wächst die Teilnahme an der Befragung von Mal zu Mal, ein Indiz für den wachsenden Stellenwert von Themen wie Mitsprache und Feedback unter den Mitarbeitenden. Zum anderen zeigt sich, dass eine große Mehrheit der Mitarbeitenden generell zufrieden ist. In den Wochen und Monaten nach

der Befragung wurden die Ergebnisse durch die jeweiligen Führungskräfte aufbereitet und mit den Mitarbeitenden besprochen. Zusammen wurden Maßnahmen erarbeitet, wie mögliche negative Aspekte beseitigt und positives noch weiter verstärkt werden können.

Eine weitere Möglichkeit der Anhörung und Mitbestimmung durch die Mitarbeitenden bilden die verschiedenen **Betriebsräte** an den Standorten der Mediengruppe. Diverse **Betriebsvereinbarungen** spezifizieren die Art und Weise wie gearbeitet wird - Beispiele sind: Mobiles Arbeiten, Betriebliches Eingliederungsmanagement und Digitalisierung (Einsatz von IT-Systemen).

Um den Ansprüchen an ein modernes Arbeiten in einer modernen und mitarbeiterorientierten Umgebung noch gerechter zu werden, wurde die **Arbeits-**

bereiche der RP Digital, der zentralen Digital-Unit der Mediengruppe, sowie der Mitarbeitenden des Shared Service Center Data der Rheinische Post Medien GmbH **renoviert, modernisiert und umgestaltet**: Das neue Flächenkonzept soll die unterschiedlichen Formen von Meetings sowie Arbeitsweisen der Teams bestmöglich abbilden: Viele Kollaborationsflächen und -räume, in denen kreativ, multimedial und gemeinsam gearbeitet werden kann, wurden geschaffen. Ein Faktor, dem das neue Flächen- und Raumkonzept besonders Rechnung trägt, denn auch die Anzahl an Gemeinschaftszonen und Meeting- sowie Rückzugsmöglichkeiten mit entsprechender technischer Ausstattung wurde erhöht. Einzelarbeitsplätze auf der Fläche ermöglichen dabei auch weiterhin das Arbeiten in einer ruhigen Atmosphäre, sensible Gespräche können in sogenannten „Phone Booths“, geführt werden, die besonders schallgeschützt sind. Die sogenannte Bibliothek lädt mit ihrer unkonventionellen, dunkel gehaltenen Einrichtung zum fokussierten Arbeiten ein, während der offene Townhall-Bereich für den teamübergreifenden Austausch genutzt werden kann. Zahlreiche Pflanzen tragen zu der Wohlfühl-Atmosphäre bei. Individuelle abschließbare Fächer (Locker) ermöglichen es, persönliche Gegenstände während und auch nach der Arbeitszeit sicher zu verstauen.

Zusätzlich wurden in weiteren Unternehmensbereichen der Mediengruppe (z.B. Bereich Finanzen) kleinere Umgestaltungsmaßnahmen durchgeführt, um die Voraussetzung für ein Desk-Sharing-Modell zu schaffen und - trotz der nach Corona erhöhten Home-Office-Quote in diesen Bereichen - eine angenehme Arbeitsatmosphäre (ohne zu viel Leerstand) zu garantieren.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

3.1. Personal

3.2. Arbeitsbedingungen

**3.3. Vereinbarkeit von
 Berufs- und Privatleben**

3.4. Gesundheitsschutz und
 Sicherheit

3.5. Gleichbehandlung,
 Chancengleichheit
 und Vielfalt

3.6. Schulungen und Kompe-
 tentzentwicklung

3.7. Beschäftigung
 Minderjähriger

04

Unternehmensführung

Impressum

3.3. Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben

Eltern mit Betreuungsgängern können am Düsseldorfer Campus **Eltern-Kind-Büros** nutzen. Diese bieten Eltern die Möglichkeit im Büro zu arbeiten, während der Nachwuchs in eingerichteten Spiel-ecken spielen kann. Die Eltern-Kind-Büros sind mit Spielzeug für unterschiedliche Altersklassen (null bis elf Jahre) ausgestattet. Des Weiteren besteht eine jahrelange **Kooperation mit der AWO Kindertages-stätte Buschmäuse**.

Die Möglichkeit des **mobilen Arbeitens** lässt das Familien- und Arbeitsleben ebenfalls wesentlich leichter in Einklang bringen, die Fahrt zur Arbeit, der dadurch bedingte Verkehrsstress sowie eine ver-

stärkte Umweltbelastung an den Home-Office-Tagen. Durch die zeitliche und räumliche Flexibilisierung der Arbeitsorganisation soll darüber hinaus im Interesse der Mediengruppe und seiner Mitarbeitenden die Arbeitsqualität und Produktivität verbessert sowie durch mehr Selbstverantwortung der Mitarbeitenden bei der Gestaltung und Durchführung der Arbeit eine höhere Arbeits- und Ergebniszufriedenheit erreicht werden, um insgesamt die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Die für die Mitarbeitenden gültige Arbeitszeit und alle für sie bisher geltenden Arbeitszeitregelungen (z.B. Vertrauensarbeitszeit) gelten auch für das mo-

bile Arbeiten. Die Lage der Arbeitszeit, die die Mitarbeitenden an der häuslichen oder mobilen Arbeits-stätte erbringen, bestimmt sich nach den jeweiligen für sie geltenden Arbeitszeitvereinbarungen und nach dem Arbeitszeitgesetz.

Die Rheinische Post Mediengruppe unterstützt Mit-arbeitende mit **flexiblen Arbeitszeitmodellen**.

Im Jahr 2023 haben 49 Mitarbeitende (1,8%), davon 39 Frauen und 10 Männer, Elternzeit in Anspruch genommen. Bis auf drei Personen kehrten alle nach der Elternzeit zurück an ihren Arbeitsplatz.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

3.1. Personal

3.2. Arbeitsbedingungen

3.3. Vereinbarkeit von
 Berufs- und Privatleben

3.4. Gesundheitsschutz und Sicherheit

3.5. Gleichbehandlung,
 Chancengleichheit
 und Vielfalt

3.6. Schulungen und Kompe-
 tenzentwicklung

3.7. Beschäftigung
 Minderjähriger

04

Unternehmensführung

Impressum

3.4. Gesundheitsschutz und Sicherheit

Arbeitsschutz im Betrieb wird als Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ganzheitlich verstanden. Die Mediengruppe bietet **regelmäßige betriebsärztliche Pflichtvorsorgen, Angebotsvorsorgen und Wunschvorsorgen** an. In der arbeitsmedizinischen Vorsorge werden Beschäftigte zu den Wechselwirkungen zwischen ihrer Arbeit und ihrer Gesundheit informiert, individuell beraten und tätigkeitsbezogen untersucht. Die **betriebsärztlichen Sprechstunden** bieten eine gute Möglichkeit, arbeitsplatznah in einen vertrauensvollen präventionsorientierten Dialog mit den Beschäftigten zu treten. Im **betrieblichen Eingliederungsmanagement** kann in enger Zusammenarbeit mit anderen internen und externen Stellen betriebsärztlich daran mitgewirkt werden, die Beschäftigungsfähigkeit etwa bei chronischen Erkrankungen zu sichern. Weitere Beispiele für die arbeitsmedizinische Präventionsarbeit sind die **Angebote zur Influenza-Schutzimpfung, reisemedizinische Beratungen** und die **Beteiligung an Gesundheitstagen mit Schwerpunktaktionen** (Ergonomie am Arbeitsplatz, Sehtest und Augeninnendruckmessung sowie Netzhautscan, Blutspende, monatliche Online-Termine rund um die Themen Ernährung und Bewegung etc.).

Massagen an mehreren Standorten der Mediengruppe sowie eine **Kooperation mit Company-Bike für Fahrradleasing** als gesunde Mobilitätsalternative runden das Angebot ab.

Die Sicherheit der Mitarbeitenden hat höchste Priorität in der Rheinische Post Mediengruppe. Die Teilnahme an einer **regelmäßigen Online-Schulung „Arbeitsschutz im Büro“ ist für alle Mitarbeitenden verpflichtend** und Teil der Arbeitszeit. In

regelmäßigen Abständen wird ein kostenfreier **Erste-Hilfe-Kurs** zur Aus- und Fortbildung der Erst-Helfenden in Zusammenarbeit mit dem Malteser Hilfsdienst e.V. angeboten. Seminare zur theoretischen und praktischen Ausbildung von Brand-schutz Helfenden werden jährlich angeboten.

Die **Abteilung Arbeitsschutz** der Rheinische Post Mediengruppe hat die Aufgabe, gemeinsam mit den Betriebsärzten, den Arbeitgeber, die Geschäftsführungen, Abteilungsleiter, Führungskräfte, Betriebsräte und alle Mitarbeitenden in allen relevanten Fragen der Arbeitssicherheit einschließlich der menschengerechten Gestaltung der Arbeit zu unterstützen.

Besonderer Fokus liegt dabei auf:

- der Planung, Ausführung und Unterhaltung von Betriebsanlagen und von sozialen und sanitären Einrichtungen
- der Beschaffung von technischen Arbeitsmitteln und der Einführung von Arbeitsverfahren und Arbeitsstoffen
- der Auswahl und Erprobung von Körperschutzmitteln
- dem körpergerechten Heben und Tragen sowie dem Ziehen und Schieben von Lasten
- der Gestaltung der Arbeitsplätze, des Arbeitsablaufs, der Arbeitsumgebung und der sonstigen Fragen der Ergonomie
- der Beurteilung der Arbeitsbedingungen

Die Einhaltung der betriebsinternen Regelungen und Anforderungen des Arbeitsschutzes und der Unfallverhütung stellen einen weiteren Abteilungsschwerpunkt dar.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

- 03**
Soziales
- 3.1. Personal
 - 3.2. Arbeitsbedingungen
 - 3.3. Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben
 - 3.4. Gesundheitsschutz und Sicherheit**
 - 3.5. Gleichbehandlung, Chancengleichheit und Vielfalt
 - 3.6. Schulungen und Kompetenzentwicklung
 - 3.7. Beschäftigung Minderjähriger

04
Unternehmensführung

Impressum

In manchen Unternehmen der Mediengruppe greifen zusätzliche spezielle Arbeitsschutzmaßnahmen – Beispielhaft werden im folgenden die Druckereien, die IT und die Zustellung näher erläutert:

Druckerei-spezifische Arbeitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen

Arbeitsschutzbezogene Risiken werden über die gesetzlich geforderten und regelmäßig zu überprüfenden und überarbeiteten Gefährdungsbeurteilungen für alle Arbeitsbereiche und Tätigkeiten durch die Führungskräfte und Sicherheitsfachkraft ermittelt und durch entsprechende Maßnahmen minimiert und beseitigt.

Die Überprüfung dieser Gefährdungsbeurteilungen erfolgt z.B. durch regelmäßige Arbeitsschutzausschuss-Sitzungen, Begehungen und zum Teil auch durch externe Zertifizierungen / Auditierung (Arbeitsschutz-Managementsystem, DIN ISO 45001).

Es finden regelmäßige Unterweisungen statt; interne wie externe Schulungen werden durchgeführt. Den Druckereimitarbeitenden wird eine persönliche Schutzausrüstung bereitgestellt (bestehend aus: Sicherheitsschuhen, angepasstem Gehörschutz, chemiebeständigen Handschuhen, Schnittschutzhandschuhen und Schutzbrillen). Zudem werden verpflichtende und freiwillige medizinische Vorsorgeuntersuchungen (z.B. aufgrund von Lärmbelastung) durchgeführt.

IT-spezifische Arbeitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen

Die Berufsgenossenschaft stuft die arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren im IT-Betrieb, im Vergleich zu „normalen“ Bürotätigkeiten, höher ein, sodass es spezifische Arbeitsschutzmaßnahmen gibt:

- Mitarbeitende, die mehrere Stunden alleine im Rechenzentrum arbeiten, müssen einen sogenannten „Totmanmelder“ am Gürtel tragen, der im Notfall ein Signal abgibt.
- Die Löschanlagen in den Rechenzentren fluten die Räumlichkeiten mit Gas. Mitarbeitende erhalten nötige Unterweisungen, um zu wissen, dass die Rechenzentren im Falle eines Feuers schnell verlassen werden müssen.

Zustellungsspezifische Arbeitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen

Die Mitarbeitenden werden bei ihrer Einstellung und mindestens jährlich wiederkehrend unterwiesen. Schwerpunkte der Unterweisung sind die zuständige Berufsgenossenschaft, verkehrssicheres Verhalten im Straßenverkehr, sichtbare Kleidung, Gefährdungen durch Tiere oder Menschen, richtiges Heben und Tragen von Lasten, richtiges Schieben und Ziehen von Lasten, Verhaltensweise bei widrigen Wetterverhältnissen wie Regen, Schnee und Glätte. Persönliche Schutzausrüstung wie Warnwesten und Wetterschutzjacken sowie Hilfsmittel wie Kopflampen, Taschenlampen, Trilleralarm, Tragehilfen, Elektro-Lastenroller und (Elektro)-Lastenfahrräder werden durch die Zustellgesellschaften gestellt, gewartet und auf einen verkehrssicheren Zustand geprüft.

Außerdem wird die Teilnahme an Seminaren zur Gewaltprävention in Zusammenarbeit mit der zuständigen Berufsgenossenschaft BGHW angeboten.

Potentielle Gefährdungen auf dem Zustellweg können systematisch an die Führungskraft gemeldet werden.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

- 3.1. Personal
- 3.2. Arbeitsbedingungen
- 3.3. Vereinbarkeit von
Berufs- und Privatleben
- 3.4. Gesundheitsschutz und
Sicherheit
- 3.5. Gleichbehandlung,
Chancengleichheit
und Vielfalt**
- 3.6. Schulungen und Kompe-
tenzentwicklung
- 3.7. Beschäftigung
Minderjähriger

04

Unternehmensführung

Impressum

3.5. Gleichbehandlung, Chancengleichheit und Vielfalt

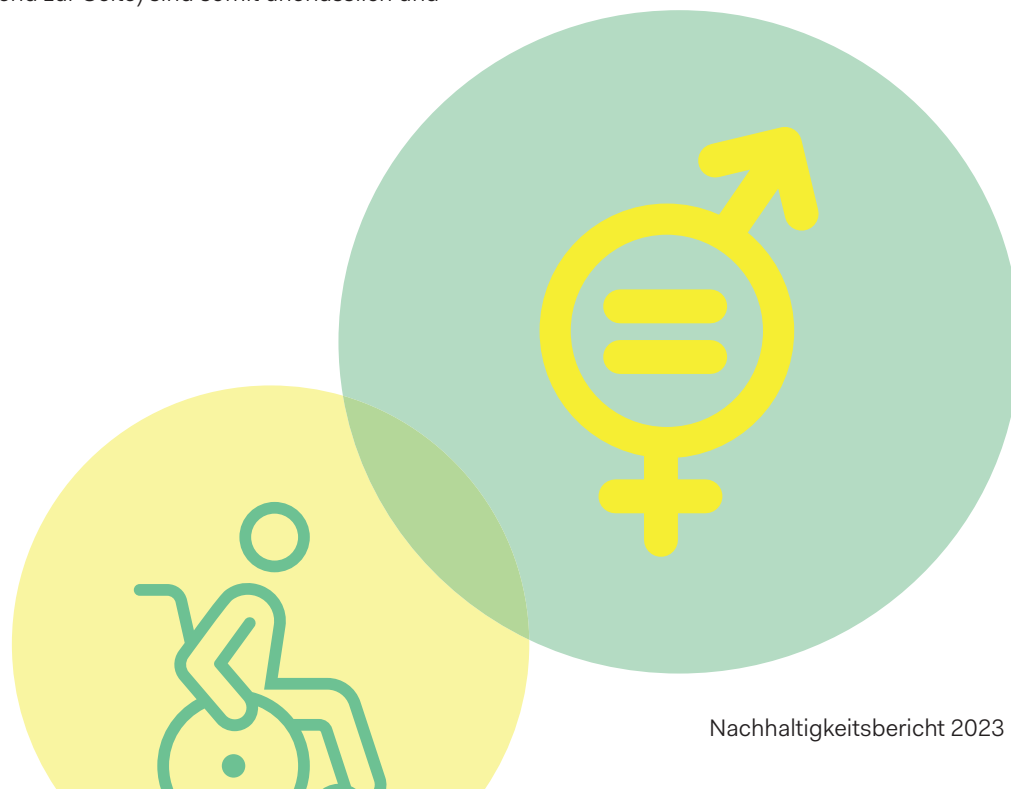
Respektvoller Umgang miteinander ist ein wesentliches Element der Unternehmenskultur.

Ein angenehmes Arbeitsklima, in dem Chancengleichheit herrscht sowie Mobbing, Einschüchterung und Belästigungen verurteilt und bekämpft werden, ist essenziell. Die Führungskräfte der Mediengruppe wirken auf ein solches respektvolles Verhalten aktiv hin. Zur **Förderung eines positiven Arbeitsumfelds** werden Mitarbeitende ermutigt, selbst gestaltend tätig zu werden. Kritische Sachverhalte sollen offen angesprochen und in Zusammenarbeit mit allen Beteiligten in fairer Weise geklärt werden. Niemand darf insbesondere wegen seiner Rasse oder ethnischen Herkunft, seiner Hautfarbe, seiner Nationalität, seines Glaubens, seiner Weltanschauung, seines Geschlechts, seines Alters, seiner körperlichen Konstitution, seines Aussehens oder seiner sexuellen Identität unsachlich behandelt, benachteiligt, begünstigt, belästigt oder ausgegrenzt werden. Personalentscheidungen wie Einstellungen, Beförderungen und disziplinarische Maßnahmen sind frei von jeder Diskriminierung zu treffen. Insbesondere sind Erwägungen unzulässig, die im Gegensatz zu den vorgenannten Grundsätzen stehen. Fühlen sich Mitarbeitende entgegen den genannten Wertvorstellungen schlecht behandelt, stehen die jeweiligen Vorgesetzten, der Betriebsrat, die Personalabteilung, die Rechtsabteilung sowie der externe Compliance-Officer für ein klärendes und vertrauliches Gespräch zur Verfügung.

Der Frauen- und Männeranteil in der Mediengruppe ist nahezu ausgeglichen (48,6% Frauen und 51,4% Männer). Der Anteil an **Frauen in Führungspositionen** (Führungskreis und/oder Mitarbeiterverantwortung) ist derzeit mit 24,6% noch relativ niedrig im Vergleich zur Frauenquote (48,6%) in der

Mediengruppe. Ein ausgeglicheneres Geschlechterverhältnis auch in Führungspositionen ist erstrebenswert. Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt, dass die Mediengruppe auf dem richtigen Weg ist, jedoch weiterhin mit Hochdruck daran arbeiten muss, Frauen entsprechend zu fördern.

In fast allen Unternehmen der Mediengruppe sind mindestens fünf Prozent der Arbeitsplätze mit schwerbehinderten oder anderen anrechnungsfähigen Menschen besetzt. Die Gestaltung eines möglichst barrierearmen Arbeitsalltages sowie die Bemühungen der **Schwerbehindertenvertretung** (fördert die Eingliederung schwerbehinderter Menschen, vertritt ihre Interessen und steht beratend und helfend zur Seite) sind somit unerlässlich und wichtig.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales
3.1. Personal
3.2. Arbeitsbedingungen
3.3. Vereinbarkeit von
Berufs- und Privatleben
3.4. Gesundheitsschutz und
Sicherheit
3.5. Gleichbehandlung,
Chancengleichheit
und Vielfalt
**3.6. Schulungen und Kom-
petenzentwicklung**
3.7. Beschäftigung
Minderjähriger

04
Unternehmensführung

Impressum



3.6. Schulungen und Kompetenzentwicklung

Für neue Mitarbeitende, aber auch Personen, die grundsätzlich daran interessiert sind mehr über die Mediengruppe zu erfahren, werden regelmäßig sogenannte „**Welcome Days**“ angeboten. Innerhalb von zwei Tagen lernen die Teilnehmenden u.a. im Rahmen von Vorträgen und kleinen Workshops die wesentlichen Geschäftsbereiche kennen. Highlights des Programms bilden die Besichtigungen der Redaktion und Druckerei, um die Produktion der Tageszeitung vor Ort mitzerleben.

Generell ist die **Förderung und Entwicklung der Mitarbeitenden von höchster Priorität** und fest in den Unternehmensleitlinien verankert. Das Wissen und Können der Mitarbeitenden ist wesentlich verantwortlich dafür, wie erfolgreich die Mediengruppe die aktuellen und künftigen Anforderungen meistert.

Alle Mitarbeitenden haben Zugriff auf eine **digitale Lernplattform**, die in Kooperation mit der Haufe Akademie über 120 E-Learnings bzw. Lernfilme bereitstellt. Zudem können Mitarbeitende eigenes Wissen auf der Plattform teilen und mit Expertenwissen für bestimmte Themengebiete sichtbar werden. Die Plattform wächst permanent und wird mit internem Know-how gefüllt. Die Vernetzung und Wissensweitergabe über die (räumlichen) Grenzen der einzelnen Gesellschaften der Rheinische Post Mediengruppe hinweg ist das übergeordnete Ziel.

Im Herbst 2023 startete die Auswahl für das neue **18-monatige Entwicklungsprogramm „RISE“** der Mediengruppe, welches im März 2024 gestartet ist. Ziel des Programms ist es, die Teilnehmenden für weiterführende Fach- und Führungsaufgaben innerhalb der Rheinische Post Mediengruppe vor-

zubereiten. Insbesondere die Persönlichkeitsentwicklung steht im Vordergrund, sowie die Vermittlung von Basiswissen über Führung und soziale Systeme. Begleitet wird das Programm von **Mentoren**, die die Teilnehmenden des Entwicklungsprogramms unterstützen und ihnen wertvolle Einblicke vermitteln. In einer vertrauensvollen und geschützten Gesprächsatmosphäre soll der Perspektivwechsel gefördert werden und ein Raum entstehen, in dem die eigenen Erfahrungen reflektiert werden können. Die Mentoren teilen ihre Erfahrungen, ihr Wissen und ihre Netzwerke mit ihren Mentees und unterstützen sie dabei, sich ihrer eigenen Fähigkeiten bewusster zu werden.

Im Rahmen des Programms wird an einem konkreten Projekt gearbeitet, bei dem sowohl individuelle Stärken als auch kreative Ideen eingebracht werden können.

Die sogenannten „**Discovery Days**“, ein Workshop-Konzept mit dem bewusst neue Wege bei der Per-

sonalentwicklung gegangen werden sollen, wurde im Jahr 2023 für die NRW-Standorte Düsseldorf und Bonn sowie wenig später für die Medienhäuser in Saarbrücken und Trier durchgeführt.

Zwei Tage lang befassen sich die Teilnehmenden mit Selbsterfahrung sowie Selbst- und Fremdwahrnehmung. Zielgruppe dieses Formats sind Mitarbeitende, die sich noch nicht in Führungsverantwortung befinden, aber durchaus Entwicklungsambitionen und -fähigkeiten haben.

Neben der digitalen Lernplattform, dem Entwicklungsprogramm RISE und dem Format Discovery Days werden außerdem **diverse Impulsvorträge, Workshops und Trainings für Mitarbeitende und Führungskräfte** angeboten.

Die berufliche Ausbildung bei der Mediengruppe hat bereits eine lange Tradition und einen hohen Stellenwert. Verschiedene Ausbildungsberufe (Medienkaufmann/-frau Digital und Print; Mediengestalter/in Digital und Print; Fachinformatiker/in etc.) sowie duale Studiengänge (Marketing und Digitale Medien) werden angeboten. Im Jahr 2023 haben 20 Personen ihre Ausbildung und eine Person ihr duales Studium bei der Mediengruppe begonnen.

Zudem starteten in 2023 zwölf **Volontärinnen und Volontäre** an den Standorten Bonn, Saarbrücken und Trier sowie zwölf **Journalistenschülerinnen und -schüler** in Düsseldorf ihre Laufbahn bei der Rheinische Post Mediengruppe. Die Qualifizierung dauert 24 Monate, in denen sie in verschiedenen (Lokal-) Redaktionen eingesetzt sind und journalistische Seminare sowie hausinterne Workshops besuchen.

Rise 
Entwicklungsprogramm
Rheinische Post Mediengruppe

Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales
3.1. Personal
3.2. Arbeitsbedingungen
3.3. Vereinbarkeit von
Berufs- und Privatleben
3.4. Gesundheitsschutz und
Sicherheit
3.5. Gleichbehandlung,
Chancengleichheit
und Vielfalt
3.6. Schulungen und Kompe-
tenzentwicklung

3.7. Beschäftigung
Minderjähriger

04
Unternehmensführung

Impressum

3.7. Beschäftigung Minderjähriger

Die Rheinische Post Mediengruppe beschäftigt minderjährige Personen im Alter zwischen 13 und 17 Jahren als **Auszubildende, Praktikanten und Zustellende** (nur Anzeigenblätter). Die Anstellung von Kindern und Jugendlichen findet unter strikter Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben statt. Insbesondere im Bereich der Logistik / Zustellung wird darauf geachtet, dass das Einverständnis der Erziehungsberechtigten vorliegt, die Beschäftigung maximal zwei Stunden pro Tag beträgt, das zugelassene Lastgewicht nicht überschritten wird und auch keine Sonntagsarbeit stattfindet.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung

- 4.1. Unabhängigkeit der
Redaktion und politisches
Engagement
- 4.2. Unternehmenskultur/
werte und Führungsleit-
linien
- 4.3. Compliance
 - 4.3.1. Informations-
sicherheit und
Datenschutz
 - 4.3.2. Management der
Beziehungen zu
Lieferanten
 - 4.3.3. Schutz von
Hinweisgebenden
 - 4.3.4. Korruption und
Bestechung

Impressum

04 Unternehmensführung



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung
**4.1. Unabhängigkeit der
 Redaktion und politi-
 sches Engagement**
 4.2. Unternehmenskultur/
 -werte und Führungs-
 leitlinien
 4.3. Compliance

Impressum

4.1. Unabhängigkeit der Redaktion und politisches Engagement

Die Unternehmensgrundsätze der Gründer des Verlags Rheinische Post, die als Grundlagen der publizistischen Leitlinien auch heute die Arbeit der **Herausgeberschaft** bestimmen, sind unverändert aktuell. Diese Leitlinien sind der freiheitlich-demokratischen Grundordnung, der unabhängigen Berichterstattung, dem christlichen Werteverständnis sowie dem Qualitätsjournalismus verpflichtet.

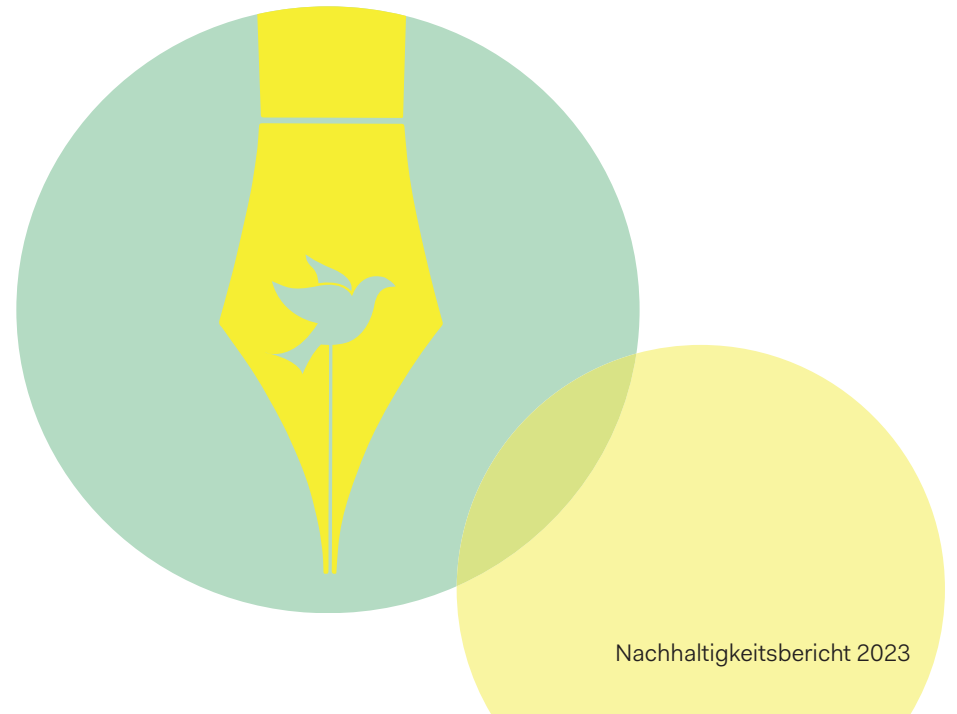
Die Mediengruppe verpflichtet sich zu einer **unabhängigen und verantwortungsvollen Berichterstattung** unter Wahrung der Rechte der Betroffenen und unter Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflichten.

Die Berichterstattung soll den Grundsätzen des Pressekodex entsprechen. Die Rechte der betroffenen Personen werden geachtet, insbesondere das Allgemeine Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Abs. 1 Grundgesetz). Bei Unsicherheit über die Zulässigkeit der Berichterstattung werden Mitarbeitende dazu angehalten, die Rechtsabteilung um Rat zu ersuchen, bevor ein Beitrag in den Medien der Mediengruppe erscheint.

Das Ansehen der Presse in der Öffentlichkeit wird gewahrt. Die Mediengruppe geht mit der **Verantwortung als meinungsbildendes Organ** gegenüber der Öffentlichkeit sorgsam um. Auf eine **wahrheitsgemäße Berichterstattung** wird geachtet und es wird Wert auf die **Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt** gelegt. Redaktionelle Inhalte sind frei von privaten oder wirtschaftlichen Einflüssen. Einer externen politischen Einflussnahme wird nicht nachgegeben. Jede Form von Sponsoring muss entsprechend den einschlägigen Bestimmungen gekennzeichnet werden.

Des Weiteren wird die journalistische Unabhängigkeit der Redaktion bei der Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -verbreitung geachtet.

Grundlage der redaktionellen Arbeit sind die **Pressefreiheit sowie die Meinungs- und Informationsfreiheit**, deren Einhaltung und Förderung sich die Rheinische Post Mediengruppe verschrieben hat. Die Unabhängigkeit der Redaktion ist durch publizistische Selbständigkeit gewährleistet. Es wird kein Einfluss auf Redakteure bei der Beschaffung von Informationen oder ihrer Verarbeitung und Verbreitung ausgeübt. Insbesondere von der Geschäftsführung geht keine redaktionelle Einflussnahme aus.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01

Nachhaltigkeit

02

Umwelt

03

Soziales

04

Unternehmensführung
 4.1. Unabhängigkeit der
 Redaktion und politisches
 Engagement

**4.2. Unternehmenskultur/
 -werte und Führungs-
 leitlinien**

4.3. Compliance

Impressum

4.2. Unternehmenskultur / -werte und Führungsleitlinien

Die Entwicklung und intensive Einführung der Unternehmenswerte und Führungsleitlinien wurde über einen Zeitraum von rund 1,5 Jahren durchgeführt. Insbesondere die zeit- und arbeitsintensive Einführung in allen Unternehmensbereichen durch einzelne Team-Workshops war entscheidend, um die Leitlinien und Werte bestmöglich in der gesamten Mediengruppe zu verankern.

Wert	Wert-Beschreibung
Kundenorientierung	Unser Kompass sind die Bedürfnisse unserer Leser, User und Kunden. Für sie wollen wir immer besser werden. Was immer wir tun, tun wir im Sinne stetig besserer Angebote und Dienstleistungen.
Respekt und Wertschätzung	Wir begegnen einander mit Respekt und Wertschätzung, unabhängig von Person und Hierarchie. Wir hören einander zu. Wir respektieren andere Meinungen. Wir sind verbindlich und gehen sorgsam mit Zeit und Ressourcen anderer um. Wir sprechen Probleme offen und konstruktiv an, aber wir sparen auch nicht mit Anerkennung.
Kommunikation	Wir kommunizieren situativ angemessen, transparent und konstruktiv. Wir teilen Erfolge & Misserfolge. Wir geben und fordern Feedback aktiv ein. Wir schaffen so eine produktive Feedbackkultur als wichtigen Treiber unserer Entwicklung.
Innovation	Wir denken kreativ, erkennen, ergreifen und gestalten Möglichkeiten. Wir suchen aktiv nach neuen, wertschaffenden Geschäftsideen. Wir entwickeln unsere bestehenden Produkte weiter und schaffen neue Angebote. Wir sind mutig, zielorientiert und bereit, Risiken einzugehen. Wir gestehen uns Misserfolge zu und schaffen Regeln, mit ihnen umzugehen.
Nachhaltigkeit	Wir sind uns als Medienhaus unserer besonderen Verantwortung für nachhaltiges Handeln bewusst. Der schonende Umgang mit allen Ressourcen ist ein wichtiger Bestandteil unserer unternehmerischen Entscheidungen und unserer täglichen Arbeit.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung
 4.1. Unabhängigkeit der
 Redaktion und politisches
 Engagement

**4.2. Unternehmenskultur/
 -werte und Führungs-
 leitlinien**

4.3. Compliance

Impressum

Führungsleitlinie	Führungsleitlinien-Beschreibung
Unternehmerisches Denken	Wir denken unternehmerisch, handeln werte- und ergebnisorientiert. Dafür schaffen wir den Rahmen, in dem unsere Mitarbeitenden ihre Ideen und Potenziale erfolgreich einbringen. Entscheidungen werden mit einem klaren Zielbild unter Berücksichtigung der Chancen und Risiken getroffen.
Entwicklung	Wir entwickeln unsere Mitarbeitenden und uns selbst im Team kontinuierlich weiter. Wir fordern und fördern individuell, fachlich und persönlich. Wir sind uns unserer Vorbildfunktion bewusst und gehen mit positivem Beispiel voran.
Kooperation	Wir fördern Kooperation und vernetztes Arbeiten – innerhalb von unseren Teams sowie bereichs- und standortübergreifend. Wir schauen über unseren eigenen Tellerrand hinaus und nutzen Synergien innerhalb der Mediengruppe sowie mit unseren Partnern.

Die Einführung dieser Werte und Führungsleitlinien und ihre feste Verankerung in unserem Arbeitsalltag ist meinem Geschäftsführungskollegen Hans Peter Bork und mir ein besonderes Anliegen. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine standortübergreifende, für alle geltende gemeinsame Basis uns in unserem täglichen Miteinander und in unserem beruflichen Handeln wertvolle Orientierung gibt. Die Werte und Führungsleitlinien geben konkrete Antworten auf die Fragen, wie wir als Unternehmen agieren wollen und wie wir intern miteinander umgehen möchten. Gelebte Werte und gute Führung sind ein wichtiges Fundament für die weitere positive Entwicklung unseres Unternehmens.

Johannes Werle, Vorsitzender der Geschäftsführung
 der Rheinische Post Mediengruppe



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung
 4.1. Unabhängigkeit der
 Redaktion und politisches
 Engagement
 4.2. Unternehmenskultur/
 -werte und Führungs-
 leitlinien

4.3. Compliance
 4.3.1. Informationssicherheit und
 Datenschutz
 4.3.2. Management der
 Beziehungen zu
 Lieferanten
 4.3.3. Schutz von
 Hinweisgebenden
 4.3.4. Korruption und
 Bestechung

Impressum

4.3. Compliance

Die Einhaltung von Gesetzen und Mediengruppen-eigenen zusätzlichen Unternehmensregeln stellen ein zentrales Element des Handelns dar. Unter „Compliance“ versteht die Rheinische Post Mediengruppe die **Einhaltung aller gesetzlichen und unternehmensinternen Bestimmungen** durch das Unternehmen selbst und durch die Mitarbeitenden.

Wer „compliant“ ist, hält sich nicht nur an Recht und Gesetz, sondern auch an die Richt- und Leitlinien sowie das Wertesystem der Mediengruppe. Um die Einhaltung von Gesetzen und internen Richtlinien sicherzustellen, hat die Rheinische Post Mediengruppe den [Code of Conduct](#) und **weitere Unternehmensrichtlinien** (z.B. Informationssicherheitsrichtlinie, Informations- und Datenschutzleitlinie, Richtlinie Einkauf und Beschaffung, Konzernrichtlinie Freie Mitarbeitende, Compliance Richtlinie etc.) aufgestellt. Der Code of Conduct gibt als Leitfaden grundsätzliche Regeln vor, wie sich Mitarbeitende im geschäftlichen Alltag verhalten sollen. Die Unternehmensrichtlinien konkretisieren die Inhalte des Code of Conduct und geben zusätzliche interne Regeln für weitere Bereiche.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung
4.1. Unabhängigkeit der
Redaktion und politisches
Engagement
4.2. Unternehmenskultur/
-werte und Führungs-
leitlinien
4.3. Compliance
**4.3.1. Informations-
sicherheit und
Datenschutz**
4.3.2. Management der
Beziehungen zu
Lieferanten
4.3.3. Schutz von
Hinweisgebenden
4.3.4. Korruption und
Bestechung

Impressum



4.3.1. Informationssicherheit und Datenschutz

In einer zunehmend vernetzten Welt, in der digitale Technologien eine immer wichtigere Rolle spielen, sind Datenschutz und Informationssicherheit unverzichtbar. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen betrachtet die Rheinische Post Mediengruppe es als ihre **Pflicht, die Daten ihrer Kunden, Mitarbeitenden und Partner zu schützen** und sicherzustellen, dass sie vor unbefugtem Zugriff und Missbrauch geschützt sind.

Im Folgenden wird ein Einblick in die hauseigenen Datenschutzpraktiken und Informationssicherheitsmaßnahmen gegeben, die darauf abzielen, die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit der Daten zu gewährleisten. Bemühungen in diesen Bereichen umfassen eine ganzheitliche Herangehensweise, die sowohl technische Lösungen als auch Schulungen und Sensibilisierung umfasst. Die Mediengruppe ist bestrebt, die Risiken im Zusammenhang mit Datenverlust, Datenschutzverletzungen und Cyberangriffen proaktiv zu identifizieren und zu minimieren.

Die Rheinische Post Mediengruppe hat eine **Datenschutz- und Informationssicherheitsleitlinie** sowie eine **Informationssicherheitsrichtlinie** verabschiedet. Während die Richtlinie konkrete Verhaltensregeln im Umgang mit IT-Systemen beschreibt, legt die Leitlinie die Sicherheitsstrategie und -ziele sowie die Organisation von Informationssicherheit fest. Der Informationssicherheitsbeauftragte der Mediengruppe überwacht die Sicherheitsstandards, koordiniert die Implementierung von Sicherheitsmaßnahmen und fördert das Bewusstsein für Informationssicherheit durch Schulungen und Sensibilisierungsmethoden.

Trotz der stringenten Sicherheitsstandards wurde das Unternehmen im Juni 2023 Opfer eines Cyber-

angriffs. Hierdurch kam es vorübergehend zu erheblichen Einschränkungen. So erschienen die Tageszeitungen vier Tage lang als Notausgabe, die Online-Nachrichtenportale waren zeitweise nur eingeschränkt erreichbar. Nachdem eine Reihe von Maßnahmen sowohl zur Abwehr als auch zur Voraussetzung für den Wiederanlauf der IT-Systeme ergriffen worden war, konnten die Systeme nach wenigen Wochen wieder vollständig in den Normalbetrieb rückgeführt werden. Dies verdeutlicht, dass die ständig wachsende Bedrohungslage und die Absichten hochqualifizierter Angreifer Herausforderungen darstellen, denen die Mediengruppe aktiv begegnen muss. Als Konsequenz aus dem Cyberangriff wurden das existierende Sicherheitsniveau weiter verstärkt sowie zusätzliche Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen etabliert. Alle Maßnahmen werden fortlaufend auf Wirksamkeit hin überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Das **Datenschutzmanagement-System** der Rheinische Post Mediengruppe ist integraler Bestandteil der unternehmerischen Bemühungen, die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit von Daten zu gewährleisten. Es setzt sich aus verschiedenen Komponenten zusammen, die ineinandergreifen, um einen umfassenden Schutz sensibler Informationen zu gewährleisten. Die Datenschutzrichtlinie dient als Leitfaden, um die Grundsätze, Verpflichtungen und Verfahren in Bezug auf den Datenschutz einzuhalten. Diese Richtlinie definiert die Erwartungen in Bezug auf den Umgang mit personenbezogenen Daten, den Zugriff darauf, die Sicherheitsmaßnahmen sowie die Rechte der Betroffenen. Die Datenschutzprozesse umfassen die konkreten Verfahren und Abläufe, die innerhalb der Mediengruppe implementiert sind, um die Anforderungen der Datenschutzgesetze zu erfüllen.

Aufgrund der kontinuierlichen Überwachung, Bewertung und Verbesserung des Datenschutzmanagement-Systems durch die Datenschutzorganisation ist die Mediengruppe in der Lage, höchste Standards im Datenschutz zu erreichen und das Vertrauen der Kunden, Mitarbeitenden und Partner zu stärken.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung
4.1. Unabhängigkeit der
Redaktion und politisches
Engagement
4.2. Unternehmenskultur/
-werte und Führungs-
leitlinien
4.3. Compliance
4.3.1. Informationssi-
cherheit und
Datenschutz
**4.3.2. Management der
Beziehungen zu
Lieferanten**
4.3.3. Schutz von
Hinweisgebenden
4.3.4. Korruption und
Bestechung

Impressum



4.3.2. Management der Beziehungen zu Lieferanten

Mit Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetzes (kurz: LkSG) hat die Rheinische Post Mediengruppe das Management der Beziehungen zu Lieferanten neu aufgesetzt und intensiviert. Die [Grundsatzerklärung der Rheinische Post Mediengruppe zu umwelt- und menschenrechtsbezogenen Risiken gemäß LkSG](#) ist auf der Unternehmenswebseite veröffentlicht.

Ein **cross-funktionales LkSG-Team** wurde zusammengestellt, welches für die Umsetzung der Pflichten des LkSG im Unternehmen verantwortlich ist. Die Leitung des Stabsbereichs Nachhaltigkeit koordiniert die LkSG-Umsetzung in Zusammenarbeit mit dem Leiter Einkauf. Dies geschieht in enger Abstimmung mit der **Menschenrechtsbeauftragten**. Das LkSG-Team wird durch Standortverantwortliche in Bonn, Saarbrücken und Trier sowie Hamburg unterstützt.

Die relevanten Fachfunktionen setzen die Anforderungen des LkSG in ihrem Verantwortungsbereich um und bringen so ihre Erfahrung, ihr Fachwissen und ihre Ressourcen in die Umsetzung des LkSG ein. Der komplette Führungskreis der Rheinische Post Mediengruppe und relevante Mitarbeitende (u. a. alle Mitarbeitende im Einkauf) haben an einer ausführlichen LkSG-Schulung mit anschließendem Test teilgenommen. Die Führungskräfte sind angehalten, die entsprechenden Inhalte an ihre Mitarbeitenden weiterzugeben und diese so für die LkSG-relevanten Themen zu sensibilisieren. Darüber hinaus werden kostenfreie Online-Schulungen für alle interessierten Mitarbeiter angeboten.

Zur Einhaltung der Menschen- und Umweltrechte hat die Rheinische Post Mediengruppe ein **Risiko-management** aufgesetzt, Maßnahmen definiert und

führt kontinuierlich angemessene Risikoanalysen durch. Dabei werden abstrakte und konkrete Risiken analysiert, um potenzielle und tatsächliche negative Auswirkungen auf Menschenrechte und Umwelt in den Geschäftsaktivitäten aber auch in der Lieferkette zu identifizieren, zu bewerten und zu adressieren.

In einem ersten Schritt werden dabei abstrakt die Risiken betrachtet, die sich länder- und branchenspezifisch aus der Geschäftstätigkeit der Mediengruppe ergeben können. Sofern eine erhöhte Risikodisposition festgestellt werden sollte, wird eine konkrete Risikoanalyse in Bezug auf alle Rechtspositionen durchgeführt. Darüber hinaus werden auch anlassbezogen konkrete Risikoanalysen durchgeführt. Hierzu werden alle Zahlungsflüsse aller mit der Rheinische Post Mediengruppe verbundenen Unternehmen an unmittelbare Lieferanten und Dienstleister im Zentraleinkauf erfasst, normiert und unseren Warengruppen zugeordnet.

Die Ergebnisse der Risikoanalysen fließen kontinuierlich in die unternehmensinternen Entscheidungen, Prozesse und Strategien, in die Umsetzung und Verbesserung von Präventionsmaßnahmen und ggf. die Umsetzung von Abhilfemaßnahmen ein. Die Mediengruppe verpflichtet wesentliche Lieferanten zur Einhaltung menschen- und umweltrechtlicher Vorgaben in ihren [Einkaufsbedingungen](#).

Innerhalb der Liefer- und Wertschöpfungsketten werden als **besonders sensible Bereiche die Beschäftigung Minderjähriger, die Einhaltung von Arbeitszeiten und die Zahlung eines angemessenen Lohns** ausgemacht, auf die daher ein besonderer Fokus gelegt wird.

Bei den Warengruppen, die mit Blick auf die Art und den Umfang des Kerngeschäfts der Mediengruppe und entsprechend den Angemessenheitskriterien prioritär betrachtet werden, handelt es sich um

- Papier
- Druckplatten
- Druckfarben
- Redaktionsdienste und
- Zustellung

Darüber hinaus liegt das Augenmerk verstärkt auf Lieferanten und Dienstleistern, die im Niedriglohnssektor tätig sind.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung
4.1. Unabhängigkeit der
Redaktion und politisches
Engagement
4.2. Unternehmenskultur/
-werte und Führungs-
leitlinien
4.3. Compliance
4.3.1. Informationssicherheit und
Datenschutz
**4.3.2. Management der
Beziehungen zu
Lieferanten**
4.3.3. Schutz von
Hinweisgebenden
4.3.4. Korruption und
Bestechung

Impressum



Im Rahmen der Risikoanalyse in 2023 wurden im Bereich der Logistik/ Zustellung drei menschenrechtliche Risiken bei unmittelbaren Zulieferern ermittelt: Beschäftigung von Minderjährigen (Verbot von Kinderarbeit), Verbot des Vorenthaltens eines angemessenen Lohns sowie Einhaltung der Arbeitszeit. Die Zustellorganisationen der Mediengruppe, die das Management und die Betreuung der Zustellenden übernehmen, sind entsprechend den Risiken sensibilisiert und angehalten, enge Beziehungen zu den Lieferanten zu führen und jeglichen Auffälligkeiten sofort nachzugehen.

Beschäftigung von Minderjährigen (Verbot von Kinderarbeit): Schüler tragen in ihrer Freizeit Anzeigenblätter aus. Die Beschäftigung von Kindern und Jugendlichen als Aus tragende von Printprodukten findet unter strikter Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben statt (Einverständnis eines Erziehungsberechtigten; Beschäftigung bis zu maximal zwei Stunden pro Tag; keine Sonntagsarbeit etc.). In der Verteilerrichtlinie der Mediengruppe, die als Vertragsanlage dem Zustellungsvertrag beigefügt ist, wird festgehalten: „*Kinder und Jugendliche dürfen am Sonntag grundsätzlich nicht beschäftigt werden, wochentags muss die Zustellung durch Kinder und Jugendliche bis 18:00 Uhr komplett abgeschlossen sein, die Verteilzeit darf zwei Stunden nicht überschreiten. Ansonsten ist die Verteilung am nächsten Werktag fortzusetzen.*“

Die Revision der Rheinische Post Mediengruppe überprüft turnusmäßig, ob gegen diese Richtlinie verstoßen wird. Im Berichtszeitraum hat die Revision der Rheinische Post Mediengruppe keine Verstöße festgestellt.

Verbot des Vorenthaltens eines angemessenen Lohns sowie die Einhaltung der Arbeitszeit: Gerade im Bereich der Logistik/ Zustellung muss trotz



sorgfältiger Auswahl der Dienstleister in Betracht gezogen werden, dass Subunternehmer nicht den in Deutschland geltenden Mindestlohn zahlen und die gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitszeiten einhalten.

Zur Vorbeugung und Minimierung der genannten Risiken werden entsprechende **Präventionsmaßnahmen** fortlaufend durchgeführt:

- Die Lieferantenauswahl erfolgt anhand von Nachhaltigkeitskriterien und unter Berücksichtigung der Einhaltung menschenrechtlicher und umweltbezogener Erwartungen, die sich beispielsweise anhand von Verlautbarungen auf der Unternehmenswebsite der Lieferanten und entsprechender Vorgaben in ihrem Verhaltenskodex ergeben.
- Lieferanten erhalten den [Lieferantenkodex der Rheinische Post Mediengruppe](#) zur Kenntnis und werden durch Unterschrift zur Einhaltung menschen- und umweltrechtlicher Vorgaben verpflichtet.

- Die Kriterien/ Erwartungen bei der Lieferantenauswahl werden regelmäßig auf ihre Aktualität und Angemessenheit hin überprüft.
- Zusätzlich wird für die wesentlichen Lieferanten eine interne Bewertung von der einsetzenden Fachabteilung zu der Risikodisposition eingeholt und dokumentiert.
- Wenn die Revision der Rheinische Post Mediengruppe Verstöße im Bereich der Arbeitsgesetze oder des Mindestlohns feststellen sollte, wird im Dialog mit den Dienstleistern darauf hingewirkt, dass diese Verstöße abgestellt und organisatorische Maßnahmen ergriffen werden, damit diese künftig nicht wieder vorkommen. Zu diesen Maßnahmen gehören eine Ursachenanalyse aber auch Schulungsangebote für die Dienstleister.

Für das Jahr 2023 sind keinerlei Beschwerden über das intern und extern eingerichtete **Beschwerde-management** eingegangen. Alle Details zu identifizierten und priorisierten Risiken, Präventions- und Kontrollmaßnahmen sind im BAFA-Bericht für das Geschäftsjahr 2023 (Veröffentlichung am 31.12.2024) nachzulesen.

Durch den Einsatz einer **cloud-basierten Risiko-Management-Lösung** ab März 2024 kann die Rheinische Post Mediengruppe die Risikoanalyse systematisch aufsetzen, zusätzliche Transparenz innerhalb der Lieferkette schaffen und die Dokumentation über Analysen, Schulungen, ausgefüllte LkSG-Fragebögen der Lieferanten sowie zukünftige Beschwerdefälle einheitlich und übersichtlich führen. Die Plattform sammelt zudem Lieferantendaten über Selbsteinschätzungen und kritische Nachrichtenartikel.

Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung
4.1. Unabhängigkeit der
Redaktion und politisches
Engagement
4.2. Unternehmenskultur/
-werte und Führungs-
leitlinien
4.3. Compliance
4.3.1. Informationssi-
cherheit und
Datenschutz
4.3.2. Management der
Beziehungen zu
Lieferanten
**4.3.3. Schutz von
Hinweisgebenden**
4.3.4. Korruption und
Bestechung

Impressum

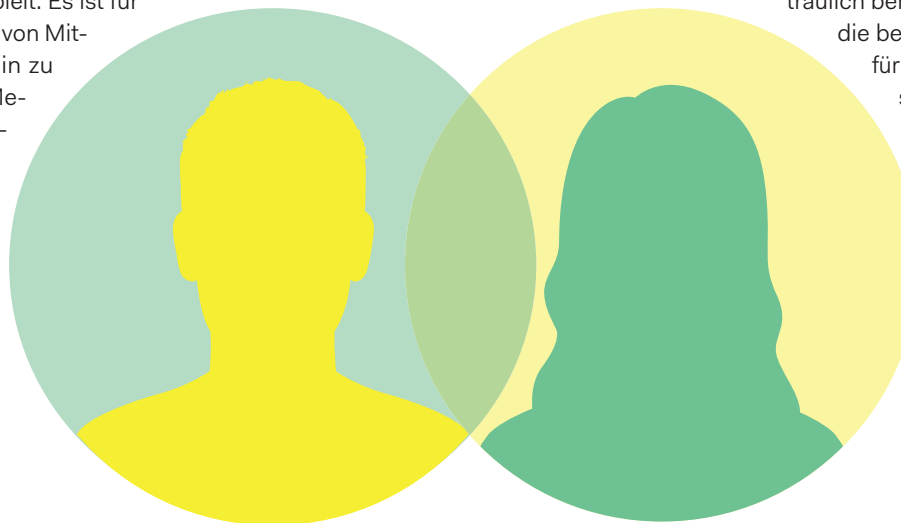
4.3.3. Schutz von Hinweisgebenden

Hinweise auf mögliches Fehlverhalten können über unterschiedliche Meldewege und auch anonym eingehen. Beschäftigte, aber auch Dritte, können sich an die sogenannte Compliance-Ombudsperson wenden, die für die gesamte Mediengruppe zuständig ist. Zugleich steht den Beschäftigten das **Hinweisgebersystem** www.safewhistle.info zur Verfügung, um Meldungen abzugeben. Ferner sind direkte Hinweise an Vorgesetzte möglich. Die Rheinische Post Mediengruppe bietet somit eine Kombination aus einem eigenen und einem externen Beschwerdeverfahren an. Innerhalb der Rheinische Post Mediengruppe können sich alle Mitarbeitenden mit Beschwerden an den Betriebsrat, an den Bereich Personal, Vorgesetzte und an die Rechtsabteilung wenden. Neben diesem internen Verfahren nutzt die Mediengruppe das externe nach ISO 27001 zertifizierte Hinweisgebersystem www.safewhistle.info, das eine wichtige Rolle für die Identifizierung von Risiken und Verstößen gegen das geltende Recht sowie Verstöße in der Lieferkette spielt. Es ist für alle Betroffenen in der Lieferkette – von Mitarbeitenden über Zulieferer bis hin zu Dritten, die durch Aktivitäten der Mediengruppe oder die Aktivitäten unserer Zulieferer beeinträchtigt werden – zugänglich.

Hinweise können anonym und vertraulich abgegeben werden. Jegliche Zugangsschwelle ist niedrig gesetzt, um die Abgabe von Hin-

weisen so einfach wie möglich zu gestalten. Die Handhabung von Hinweisen erfolgt vertraulich und zügig. Der mit der Bearbeitung von Hinweisen befasste externe Ombudsmann unterliegt im Rahmen des Beschwerdemanagements keinen Weisungen; seine Neutralität ist gewahrt, als Rechtsanwalt ist der Compliance-Ombudsmann Berufsgeheimnisträger und darf eine ihm bekannte Identität einer hinweisgebenden Person nicht weitergeben. Jede Beschwerde löst einen Bewertungs- und Maßnahmenprozess aus, an dessen Ende die Beendigung des berichteten Verstoßes oder die Minimierung eines erkannten Risikos steht. Der Compliance-Ombudsmann kann auf verschiedene Arten kontaktiert werden: per Telefon, E-Mail, Fax, Post, über das Hinweisgeberportal www.safewhistle.info sowie über die Messenger-Dienste Signal und Threema. Der Compliance-Ombudsmann steht daneben für persönliche Treffen mit einer hinweisgebenden Person zur Verfügung, auf Wunsch auch im Wege einer Bild-

Ton-Übertragung (z. B. per Microsoft Teams). Die Verfahrensordnung und die Vorstellung des Compliance-Ombudsmannes sind in deutscher und englischer Sprache auf der Homepage der Mediengruppe hinterlegt. Daneben ist das Hinweisgeberportal www.safewhistle.info selbst multilingual (Sprachen sind deutsch, englisch, französisch, spanisch und niederländisch), wobei weitere Sprachen schrittweise hinzukommen werden, ebenso wie die Möglichkeit, auch verschlüsselte Sprachnachrichten zu versenden, was beispielsweise von Analphabeten genutzt werden kann. Hinweisgebende Personen haben zudem die Möglichkeit, vom Compliance-Ombudsmann zu verlangen, dass zu einem persönlichen Treffen ein besonders zur Verschwiegenheit verpflichteter Übersetzer hinzugezogen wird, der aus der und in die Landessprache der hinweisgebenden Person übersetzt. Die Informationen, die der Compliance-Ombudsmann an die Rheinische Post Mediengruppe weitergibt, werden dort ebenfalls vertraulich behandelt und geschützt. Die Personen, die bei der Rheinische Post Mediengruppe für die Bearbeitung der Hinweise zuständig sind, sind von Gesetzes wegen zur Verschwiegenheit verpflichtet, soweit die Verletzung menschenrechts- und umweltbezogener Pflichten gemeldet wird. Sie werden auch vertraglich dazu verpflichtet, eingehende Hinweise und insbesondere die Identität einer hinweisgebenden Person vertraulich zu behandeln.



Vorwort
 Inhalt
 Einleitung
 Unternehmensportrait

01
 Nachhaltigkeit

02
 Umwelt

03
 Soziales

04
 Unternehmensführung
 4.1. Unabhängigkeit der
 Redaktion und politisches
 Engagement
 4.2. Unternehmenskultur/
 -werte und Führungs-
 leitlinien
 4.3. Compliance
 4.3.1. Informationssicherheit und
 Datenschutz
 4.3.2. Management der
 Beziehungen zu
 Lieferanten
 4.3.3. Schutz von
 Hinweisgebenden
**4.3.4. Korruption und
 Bestechung**

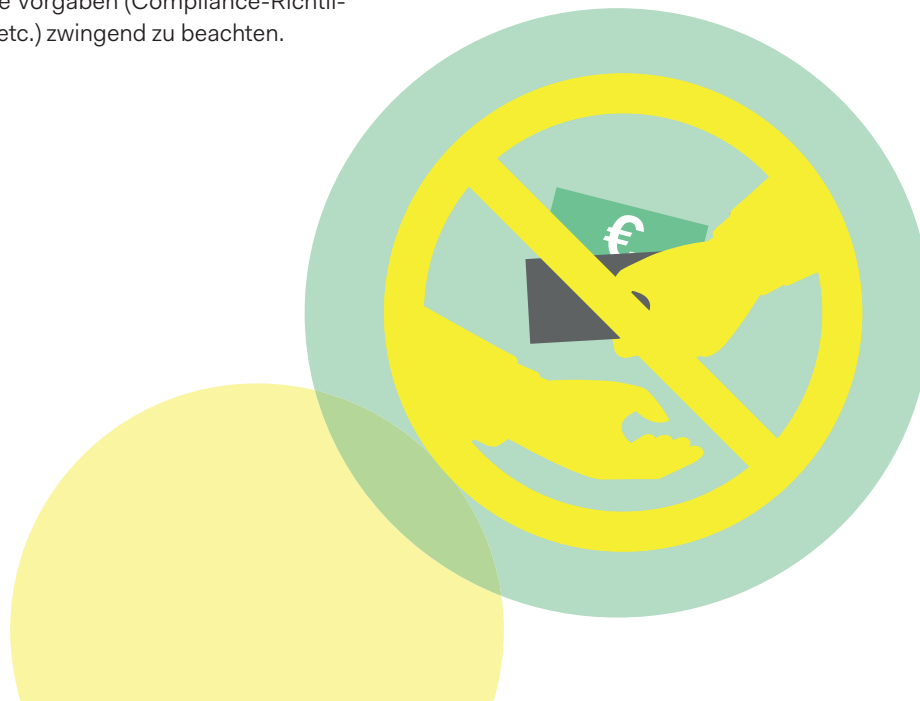
Impressum



4.3.4. Korruption und Bestechung

Im [Verhaltenskodex](#) der Mediengruppe sind die geltenden **Verhaltensgrundsätze** festgelegt. Jeder Beschäftigte hat geschäftliche Entscheidungen aus objektiven und nachvollziehbaren Gründen im Unternehmensinteresse zu treffen und bereits den Anschein einer unangemessenen Beeinflussung zu vermeiden. Interessenkonflikte sind offenzulegen, persönliche Interessen klar von den Unternehmensinteressen zu trennen. Die Annahme und Verteilung von Präsenten, die dem Zweck der Pflege und Förderung von Geschäftsbeziehungen dient, können in Maßen zulässig sein. Dabei ist jedoch insbesondere **jede Form von Bestechung und Bestechlichkeit verboten**. Es ist darauf zu achten, dass das Geschenk / die Einladung keinen übermäßig hohen Wert hat und, auch mit Blick auf den Lebensstandard des Empfängers, sozial nicht unangemessen erscheint. Darüber hinaus sind etwaige, der Mediengruppe von Dritten mitgeteilte Vorgaben (Compliance-Richtlinien, Guidelines etc.) zwingend zu beachten.

Einladungen im Zusammenhang mit Bewirtungen, Veranstaltungen und Reisen dürfen nur dann angenommen oder angeboten werden, wenn diese weder die Grenzen der Geschäftsüblichkeit noch den persönlichen Lebensstandard der Beteiligten übersteigen und eine mit der Einladung verbundene Beeinflussung unternehmerischer Entscheidungen oder redaktioneller Berichterstattung ausgeschlossen ist. Dabei muss schon der Eindruck vermieden werden, die Entscheidung könnte aufgrund der Einladung mit sachfremden Erwägungen verbunden sein. Außerdem dürfen Mitarbeitende Einladungen nur annehmen, wenn diese berechtigten geschäftlichen / redaktionellen Zwecken dienen, keinen unangemessen hohen Wert haben und etwaige Bewirtungen im Rahmen der gewöhnlichen Zusammenarbeit stattfinden.



Vorwort
Inhalt
Einleitung
Unternehmensportrait

01
Nachhaltigkeit

02
Umwelt

03
Soziales

04
Unternehmensführung

Impressum

Impressum

Herausgeber

Rheinische Post Mediengruppe GmbH
Zülpicher Straße 10, 40549 Düsseldorf
www.rheinischepostmediengruppe.de

Sitz Düsseldorf, Amtsgericht Düsseldorf HRB 31858
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Friedrich Joussen
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 171 396 190

Geschäftsführung:

Johannes Werle (Vorsitzender), Hans Peter Bork

Inhaltlich verantwortlich:

Feliça Eisenbeis (Leitung Nachhaltigkeit)
felica.eisenbeis@rheinische-post.de

Konzeption und Gestaltung:

Rheinische Post Medien GmbH
Zülpicher Straße 10, 40549 Düsseldorf

Grafiken/Fotos:

iStock

Erscheinungsdatum:

Juli 2024

