

Fortschrittsbericht 2014



Profil

- Strategie und Analyse
- Unternehmensangaben
- Nachhaltigkeit
- Unternehmensführung



Strategie und Analyse

Erklärung der Geschäftsführung

Corporate Social Responsibility (CSR) ist zu einer festen Größe im Business Jargon geworden. Mit manchem Gesprächsteilnehmer muss man zwar auch heute noch die Diskussion führen, was CSR eigentlich bedeutet und warum es wichtig ist, die Meisten wissen aber um den Wert. Das führt durchaus zu Übertreibungen: Erst kürzlich hat sich Robert Engelman treffend über den inflationären Gebrauch des Begriffes Nachhaltigkeit beklagt und spricht hier vom 'Sustainababble'. Auch der renommierte Harvard-Professor Michael Porter kritisiert, dass der Begriff CSR indifferent genutzt wird, weil jeder etwas anderes darunter versteht. Sowohl Engelman als auch Porter haben Recht: Wir erleben eine inflationäre Benutzung von Wörtern wie Nachhaltigkeit oder CSR in unterschiedlichsten und zuweilen auch unsinnigsten Zusammenhängen. Aber ist das eigentlich eine Schwäche?

In der Anfangsphase der „CSR-Bewegung“ – wenn man diesen Begriff einmal so salopp nutzen darf – war diese fehlende Präzision vielleicht sogar die größte Stärke: Die Erwartungshaltungen reichten dabei von kritischen Stakeholdern, die darin einen Hebel zur Durchsetzung quasi-gesetzlicher Auflagen sahen, bis hin zu Firmen, die einfach nur ihr philanthropisches Engagement umbenannten, ohne auch nur im Entferntesten an den damit verbundenen Management-Ansatz zu denken. CSR wird damit zu einer flexiblen Projektionsfläche je nach Interessenlage. Das kann in der Tat zur Beliebigkeit führen, also zum erwähnten Sustainababble, es kann aber genauso ein Ansatz sein, sich positiv mit dem Thema zu beschäftigen.

Als Verlagshaus, das tagtäglich über „CSR“ und „Sustainability“ in Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft schreibt und publiziert ist es uns daher wichtig und selbstverständlich, diese Fragen auch uns selbst zu stellen. Der UN Global Compact hilft uns dabei als Ordnungsrahmen und Kompass für eine eigene nachhaltige Ausrichtung. Über den Stand des Themas bei macondo publishing gibt der hier nun vorliegende Fortschrittsbericht 2014 Auskunft. Bei der Erstellung des Fortschrittsberichtes haben wir erstmals das von uns entwickelte Software-Tool CSRmanager eingesetzt.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Elmer Lenzen,
Geschäftsführer macondo publishing GmbH

Unternehmensangaben

Organisationsprofil

Angaben zur Organisation

Name der Organisation	macondo publishing GmbH
Straße, Hausnummer	Dahlweg 87
PLZ, Ort	48153 Münster
Land	Deutschland
Telefon (Zentrale)	0251/200782-0
Homepage	www.macondo.de
Website Nachhaltigkeit	www.macondo.de/verantwortung

Rechtsform unserer Organisation

<input checked="" type="checkbox"/> Kapitalgesellschaft	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
<input type="checkbox"/> Personengesellschaft	-----
<input type="checkbox"/> Ein-Personen-Gründung	-----
<input type="checkbox"/> Eingetragene Genossenschaft	-----
<input type="checkbox"/> Gemeinnützige Organisation	-----

Eigentumsverhältnisse

- im Privatbesitz
- in öffentlicher Hand
- gemeinnützig
- Sonstige:

Angaben zu Geschäftsführung und Gesellschafter_innen

Geschäftsführung/Vorstand: Dr. Elmer Lenzen

Aufsichtsrat/Gesellschafter_in /Inhaber_in: Marion Lenzen, Dr. Elmer Lenzen

Verpflichtungen

Unsere Organisation ist folgenden Initiativen beigetreten oder unterstützt folgende Chartas oder Prinzipien

Name der Initiative/Charta /Prinzipien: UN Global Compact

Beitritts-/Unterzeichnungsdatum: 2002

Geltungsraum: weltweit

Bestimmte Abläufe, in denen die Grundsätze angewendet werden: jährliche Berichtspflicht (CoP), Einhaltung 10 Prinzipien

Beteiligte Partner/Anspruchsgruppen:

Art der Initiative: freiwillig

Website der Initiative: globalcompact.de sowie unglobalcompact.org

Mitgliedschaften

In folgenden Verbänden (wie z.B. Industrieverbänden) und nationalen oder internationalen Interessenverbänden ist unsere Organisation relevantes Mitglied

Name des Verbandes:

Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik – DNWE

Beitrittsdatum: 2015

Geltungsraum: Deutschland

Beschreibung Tätigkeit: Mitglied, Partner

Webseite der Initiative: www.dnwe.de

Name der Initiative/Charta /Prinzipien: Global Reporting Initiative

Beitritts-/Unterzeichnungsdatum: 2003

Geltungsraum: weltweit

Bestimmte Abläufe, in denen die Grundsätze angewendet werden: Organisational Stakeholder

Beteiligte Partner/Anspruchsgruppen:

Art der Initiative: freiwillig

Website der Initiative: globalreporting.org

Name der Initiative/Charta /Prinzipien: Caring for Climate (C4C)

Beitritts-/Unterzeichnungsdatum: 2006

Geltungsraum: weltweit

Bestimmte Abläufe, in denen die Grundsätze angewendet werden: Business Participant

Beteiligte

Partner/Anspruchsgruppen:

Art der Initiative: freiwillig

Website der Initiative: caringforclimate.org



Marktpräsenz

Marken & Märkte

Unsere wichtigsten Marken, Produkte und Dienstleistungen

1. UMWELTDIALOG

UmweltDialog.de bietet verlässlichen und objektiven Journalismus. Klar, verständlich, kompakt und überparteilich berichten wir über aktuelle Themen und Trends rund um Corporate Social Responsibility (CSR). UmweltDialog baut damit seit 2003 eine mediale Brücke zwischen verantwortungsbewussten Unternehmen und Stakeholdern aus Politik, Zivilgesellschaft und Forschung im deutschsprachigen Raum. Mit heute über 200.000 Seitenaufrufen pro Monat ist UmweltDialog einer der führenden CSR-Nachrichtenanbieter. UmweltDialog funktioniert nach den Prinzipien eines klassischen Online-Nachrichtendienstes, in welchem Nachrichten und Meldungen nachhaltig engagierter Stakeholder veröffentlicht werden. Zudem produziert das Redaktionsteam von UmweltDialog eigene Berichte, Reportagen und Interviews als Rahmengeschichten. www.umweltdialog.de

2. GLOBAL COMPACT INTERNATIONAL YEARBOOK

Das Ziel des Global Compact International Yearbook ist es, einen globalen Überblick über Leistungen und Erfolge des UN Global Compact (UNGC) zu geben. Das Buch bietet detaillierte Informationen über aktuelle und zukünftige Kernthemen für alle Anspruchsgruppen. Es ermöglicht so den globalen Austausch von Informationen aus dem Bereich Corporate Social Responsibility und steht damit in der Tradition des „shared learning-Ansatzes“ des Global Compact. Die Publikation fördert die Transparenz zwischen den Mitgliedern des UNGC und bietet regionalen und globalen Akteuren der Initiative eine starke Stimme. Teilnehmende Unternehmen erhalten im Buch die Möglichkeit, herausragende Beispiele und Erfolg versprechende Ansätze bei der Umsetzung der zehn Prinzipien einem interessierten Fachpublikum zu kommunizieren. Ergänzt wird der „Good-Practice-Teil“ um redaktionelle Beiträge, die ihm einen thematischen Rahmen geben. Weitere Informationen auf www.international-yearbook.com.

3. JAHRBUCH GLOBAL COMPACT DEUTSCHLAND

Das Jahrbuch „Global Compact Deutschland“ erscheint seit 2004 in Kooperation mit dem Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN). Darin werden anschauliche Beispiele von Unternehmen präsentiert, die die zehn Prinzipien des Global Compact erfolgreich in ihre Praxis integriert haben. Daneben bietet das Jahrbuch einen umfangreichen Mantelteil, der aktuelle, lokale sowie globale Entwicklungen und Ereignisse behandelt. Beiträge und Interviews von führenden Experten der Nachhaltigkeitsbranche bereichern zudem Qualität und

Informationsgehalt der Bücher.

4. CSR ACADEMY

CSR Academy.org ist eine interaktive Lernplattform. Im Fokus steht das Fördern von E-Learning und Aufbau von Wissen zu nachhaltigem Wirtschaften. Ziel der Website ist es, einen globalen Überblick über das Berufsfeld Corporate Social Responsibility (CSR) zu geben und durch gezielte Lerninhalte und Kursangebote den Nutzern echten, im Berufsalltag nutzbaren Mehrwert zu generieren. Das Leistungsspektrum der CSR Academy umfasst Online-Seminare und themenspezifische Webinare, ausführliche Dossiers und Recherche-Tools, eine umfangreiche Datenbank mit Best-Practice-Beispielen aus aller Welt sowie ein Verzeichnis der wichtigsten Akteure und Autoren aus Wirtschaft, Politik, Forschung und Zivilgesellschaft. Weitere Informationen auf csr-academy.org

5. CSR MANAGER

CSRmanager liefert eine professionelle Software, mit der Unternehmen ihr Nachhaltigkeitsengagement managen, messen und nach internationalen Standards reporten können. Das Produkt wendet sich insbesondere an Unternehmen, die von der europäischen CSR-Berichtspflicht betroffen sind, sowie an Zuliefererbetriebe. CSRmanager beinhaltet neben der intuitiv bedienbaren und übersichtlich gestalteten Software, auch den Premium-Zugang zu "CSR-Academy", einem umfassenden, maßgeschneiderten Aus- und Weiterbildungsportal zu diesen Themen. CSRmanager ist eine sogenannte Software-as-a-Service (SaaS) Lösung, d.h. das Programm wird nicht lokal bei Ihnen installiert, sondern Sie haben jederzeit und von jedem Ort bequem über das Internet Zugriff. Mehr unter www.csr-manager.org

Die wichtigsten von uns belieferten Märkte sind nach Region

Region	Erläuterung (optional)
1 Deutschland	Hauptabsatzmarkt für Verlags- und Agenturleistungen
2 Frankreich	
3	

Anzahl der Länder, in denen unsere
Organisation operiert 1

Mitarbeiter

Gesamtzahl der Arbeitnehmer_innen nach Art des Arbeitsvertrags und
Geschlecht

	Frauen	Männer	gesamt
Unbefristete Arbeitsverträge	2	3	5
Befristete Arbeitsverträge	5	6	11
Gesamtbeschäftigtenzahl	7	9	16

Gesamtzahl der fest angestellten Mitarbeiter_innen nach Beschäftigungsart
und Geschlecht

	Frauen	Männer	gesamt
Vollzeit	2	2	4
Teilzeit	0	1	1

Anzahl der Angestellten und des weisungsgebundenen Personals nach
Geschlecht

	Frauen	Männer	gesamt
Führungskräfte	0	1	1
Angestellte	2	2	4
Gewerbliche Mitarbeiter_innen	0	0	0
Auszubildende/Praktikant_innen /Werksstudent_innen	0	0	0
Selbstständige Unternehmer_innen, die für das Unternehmen arbeiten/Leiharbeiter_innen	5	6	11

Belegschaft an den fünf wichtigsten Standorten

Standort	Frauen	Männer	gesamt
Münster	7	9	16

Ein wesentlicher Teil der Organisationstätigkeit wird von gesetzlich als selbstständig anerkannten festen Mitarbeiter_innen durchgeführt

- ja
- nein, sondern von:

Es gibt bedeutende Schwankungen bezüglich der Zahl der Arbeitnehmer_innen

- nein
- ja, weil:

Beschaffung

Gesamtanzahl der von unserer Organisation beauftragten Zulieferer (Tier 1)

ca. 20

Geschätzte Anzahl der Zulieferer in der Lieferkette (Tier 2 und folgende)

keine Informationen verfügbar

Wichtigste Standorte der Zulieferer nach Land oder Region

Standort	Erläuterung (optional)
1 Deutschland	
2	
3	

Branchenspezifische Eigenschaften der Lieferkette

Als Medienunternehmen sind unsere wichtigsten Lieferanten IT Provider sowie Druckereien.

Nachhaltigkeit

Stakeholder

Einbindung von Stakeholdern

Folgende Stakeholder werden von unserer Organisation eingebunden

- Zivilgesellschaft
- Kunden
- lokale Gemeinschaften
- Politik/Staatliche Behörden
- Führungskräfte
- Angestellte, Arbeiter_innen sowie deren Gewerkschaften
- externe Mitarbeiter_innen, Geschäftspartner_innen
- Anteilseigner_innen und Kapitalgeber_innen
- Zulieferer
- sonstige:

Häufigkeit der Einbindung von Stakeholdern

Einbindung der Mitarbeiter durch Personalgespräche 2x p.a.

Einbindung der Eigentümer. laufend

Einbindung Politik und NGOs: Durch kontinuierliche Einbeziehung im Rahmen des "Editorial Board" Mandates. Hierbei sind Vertreter dieser Anspruchsgruppen in die inhaltliche Ausrichtung unserer Verlagsprodukte und damit indirekt unserer Geschäftsprozesse eingebunden.

Berichtsprofil

Berichtszeitraum

Berichtszeitraum für die bereitgestellten Informationen

von 01.01.2014 bis 31.12.2014

Kalenderjahr

Datum des jüngsten vorangegangenen Berichts

- Es liegen bisher keine weiteren Berichte vor.
- Berichtszeitraum:

01.01.2013 bis 31.12.2013

Berichtszyklus

- einjährig
- zweijährig
- Andere:

Ansprechpartner_in

Bei inhaltlichen Fragen zum Bericht steht folgende Person zur Verfügung

Herr Dr. Elmer Lenzen

Funktion: Geschäftsführer

Abteilung:

Straße, Hausnr.: Dahlweg 87

Adresszusatz:

PLZ, Ort: 48153 Münster

Email: info@macondo.de

Telefon: 0251/200782-0

Der Nachhaltigkeitsbericht wird durch einen externen Prüfer validiert

- ja
- nein
- teilweise

Nachhaltigkeitsmanagement

Der/Die Nachhaltigkeitsbeauftragte erstattet direkt der Geschäftsführung resp. den Kontrollgremien Bericht

- ja
- nein, sondern:

Rolle der Geschäftsführung resp. der Kontrollgremien und der wichtigsten Führungskräfte bei der Entwicklung von Nachhaltigkeitszielen

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist direkt bei der Geschäftsführung angesiedelt.

Die wichtigsten Punkte unserer aktuellen Nachhaltigkeitsstrategie und der Fahrplan zur Umsetzung

1. Thema:

Thema	Materiality
Unsere Ziele	Weiterentwicklung der Materialitätsanalyse
Leistungskennzahlen	KPI
Zielgröße	k. A.
Termin	2018
Maßnahmen	jährliche Verbesserung der Datenlage
Aktueller Status	in Arbeit

Nachhaltigkeitsberichterstattung

Unsere kontinuierliche Datenerhebung und Nachhaltigkeitsberichterstattung wird formell kontrolliert und bewilligt und es wird sichergestellt, dass alle wesentlichen Aspekte berücksichtigt werden

- nein
- ja, das höchste dafür zuständige Komitee/die höchste dafür zuständige Position:

Die Beurteilung erfolgt unabhängig

- ja
- nein; Beurteilung beruht auf eigener Einschätzung:

Personelle und organisatorische Struktur unseres Nachhaltigkeitsmanagements

Zuständig für Nachhaltigkeitsthemen ist jemand mit

- einer Position auf Geschäftsführungs- bzw. Vorstandsebene
- (einer) anderen Position(en)

Wesentlichkeit

Aspekte, die bei der Festlegung der Berichtsinhalte als wesentlich erkannt wurden

Wesentlichkeit aus der Innensicht (anhand der wichtigsten drei Organisationseinheiten)

Aspekt	wesentlich für Organisationsbereich	Erläuterung
Papierverbrauch	Verlagsbereich	Papierverbrauch ist der größte Carbon Footprint in unserem Haus
Energie	alle Bereiche	steigender Stromverbrauch durch Technikeinsatz

Berichtsumfang

Folgende Unternehmen sind in den Bericht einbezogen

Unternehmen	Klassifizierung	Standort(e)
macondo publishing	Mutterfirma	Münster
	N.N.	
	N.N.	
	N.N.	

Unternehmensführung

Ethik und Integrität

Unsere Organisation steht für folgende Werte, Grundsätze, Standards und Normen ein

REDAKTIONELLER KODEX

Unsere Redaktion berichtet unabhängig von wirtschaftlichen oder politischen Interessen, auch jenen der Gesellschafter, über alle relevanten Themen und Ereignisse aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Sie orientiert sich in ihrer Berichterstattung an der Spruchpraxis des Deutschen Presserats und ist in höchstem Maß zu Objektivität und Wahrhaftigkeit verpflichtet.

Mehr: <http://www.macondo.de/verantwortung/redaktioneller-kodex/>

Gesamtverantwortlicher für die Informationen über Verhaltens- und Ethikkodizes und deren Einhaltung

Geschäftsführung

Verfügbarkeit der Informationen in anderen Sprachen

- ja
 nein

Angaben zur Umsetzung der Verhaltens- und Ethikkodizes: Unsere Organisation bietet regelmäßig Schulungen für

- neue Mitglieder des Kontrollorgans
 Beschäftigte
 Partnergeschäfte/-organisationen
 Andere:

Kontrollgremien

Struktur der Geschäftsführung sowie der Aufsichts- und Kontrollgremien

Geschäftsleitung Dr. Elmer Lenzen

Kontrollgremien (Gesellschafter) Marion Lenzen, Dr Elmer Lenzen

Indikatoren

- Umwelt
- Arbeitsbedingungen
- Gesellschaft
- Produktverantwortung



Umwelt

Materialien

Unsere Motivation

Die wichtigste Ressource, die wir als Verlagshaus verbrauchen, ist Papier.

Bereits seit 2006 wird bei allen hauseigenen Publikationen, aber auch beim alltäglichen Papierverbrauch im Büro, ausschließlich nur Recycling-Papier oder FSC-zertifiziertes Papier genutzt. Das FSC-System zur Zertifizierung von Forstwirtschaft wurde zur Sicherung der nachhaltigen Waldnutzung gegründet; diese beinhaltet die Wahrung und auch Verbesserung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Funktionen der Forstbetriebe. Hierzu entwickelte der FSC einen allgemeinen und länderübergreifend einheitlichen Standard, der aus zehn Prinzipien und Kriterien besteht.

Das Gesamtgewicht bzw. -volumen der verwendeten Materialien für die Herstellung und Verpackung unserer wichtigsten Produkte

Art der Materialien	Gewicht/Volumen	Einheit
Natürliche Ressourcen (Erze, Mineralien, Holz etc.)		Gramm (g)
Hilfs- und Betriebsstoffe (Schmierstoffe u.a.; nicht im Endprodukt enthalten)		Gramm (g)
Halbzeuge und Teile mit Ausnahme von Rohstoffen, die Bestandteile des Endprodukts sind		Gramm (g)
Verpackungsmaterial (Papier, Pappe, Kunststoffe etc.)	ca. 19	Tonnen (t)

Eingesetzte Materialien

Die drei wichtigsten Produkte unserer Herstellung

Rang	Produkt
1	Papier
2	
3	

Verfahren zur Ermittlung der potentiellen und tatsächlichen Auswirkungen

Datenerhebung & Erfolgsmessung

Angaben der Druckereien. Klimaneutralstellung und Zertifizierung erfolgt durch Nature Office. Zertifizierung der Papierherstellers und der Druckereien erfolgt durch FSC.

Verhältnis von erneuerbaren und nicht erneuerbaren Ressourcen aller verwendeter Materialien

Menge erneuerbarer Materialien	Prozentualer Anteil zum Gesamtmaterial
19 t Papier	100%

SCOPE 1 Emissionen

Unsere Organisation unterliegt folgenden nationalen, regionalen oder branchenspezifischen Richtlinien

Alle unsere hauseigenen Verlagsprodukte werden zu 100 Prozent klimaneutral produziert. Dabei setzen wir auf die Zusammenarbeit mit natureOffice. natureOffice ist Vorreiter im Bereich Klimaneutralität und hat durch die Entwicklung von ID- und Trackingnummern Maßstäbe bei Transparenz und Nachvollziehbarkeit für Kunden und Stakeholder gesetzt. Alle unsere Print-Projekte sind mit dem Gold Standard zertifiziert und bieten allerhöchste Sicherheit und Glaubwürdigkeit.

Berechnungsgrundlage

Messung

Angaben Ista Messung

Fuhrpark

Kraftstoff	Umrechnungsfaktor	Jahresgesamtverbrauch in Litern	CO2-Ausstoß in kg
Diesel	2,62	1000	2.620

Kraftstoff	Umrechnungsfaktor	Jahresgesamtverbrauch in Litern	CO2-Ausstoß in kg
Benzin	2,32	0	0

Kraftstoff	Umrechnungsfaktor	Jahresgesamtverbrauch in Litern	CO2-Ausstoß in kg
Autogas (LPG)	1,9	0	0

Berechnungsgrundlage des Verbrauchs

Gewählter Konsolidierungsansatz für Emissionen

- Kapitalanteil
- finanzielle Kontrolle
- operationelle Kontrolle

Energieträger	Faktor (CO²-Ausstoß in kg pro Einheit)	Menge	CO₂-Ausstoß in kg
H-Erdgas (kWh)	0,242	0	0

Energieträger	Faktor (CO²-Ausstoß in kg pro Einheit)	Menge	CO₂-Ausstoß in kg
oder H-Erdgas (m ³)	2,529	0	0

Energieträger	Faktor (CO²-Ausstoß in kg pro Einheit)	Menge	CO₂-Ausstoß in kg
Heizöl (kWh)	0,244	0	0

Energieträger	Faktor (CO²-Ausstoß in kg pro Einheit)	Menge	CO₂-Ausstoß in kg
oder Heizöl (l)	2,44	2500	6.100

Gesamtemission innerhalb der Organisation

Emissionen im Basisjahr

Kennzahlen	CO2-Emissionen
Stationäre Verbrennung	6100
Fuhrpark	2620
Klimaanlagen	0
Energie aus erneuerbaren Quellen	0
Weitere Treibhausgasemissionen	0
Kauf/Anrechnung von Emissionszertifikaten (Wert wird abgezogen)	0
Gesamtemissionen	8720

SCOPE 2 Emissionen

Unsere Motivation

Der Stromverbrauch der macondo publishing GmbH speist sich zu 100 Prozent aus regenerativen Energien. Das gilt sowohl für den Stromverbrauch am Firmensitz als auch für den Energiebedarf in den von uns genutzten Rechenzentren. Dadurch sind alle Online-Auftritte von macondo nachhaltig. Selbstverständlich haben wir darauf geachtet, dass die Angaben unserer Energiepartner TÜV-zertifiziert sind.

Verbrauchte Energie

Heizung (ohne Fernwärme)

Energieart	Emissionsfaktor	Menge in kWh	CO2-Äquivalent in kg
Strom	0,631	7000	4.417

Energieart	Emissionsfaktor	Menge in kWh	CO2-Äquivalent in kg
Fernwärme	0,294	0	0

Energieart	Emissionsfaktor	Menge in kWh	CO2-Äquivalent in kg
Fernkälte	0,2106	0	0

Berechnungsgrundlage des Verbrauchs

Messung

Angaben Energieversorger

Gewählter Konsolidierungsansatz für Emissionen

- Kapitalanteil
- finanzielle Kontrolle

Arbeitsbedingungen

Beschäftigung

Unsere Motivation

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unsere wichtigste Ressource.

Abfindungen

Abfindungen berücksichtigen das Alter der Beschäftigten und die Dauer der Betriebszugehörigkeit

- ja
- nein

Mitarbeiterbeurteilung

Anteil der Mitarbeiter_innen (in Prozent), die in den letzten zwölf Monaten regelmäßig mit Blick auf Leistung und Karriereentwicklung beurteilt wurden

	Männer	Frauen
Mitarbeiterbeurteilung	100	100

Instrumente zur Beurteilung

- Reflexions-/Personal-/Mitarbeitergespräch
- Beurteilungsschreiben/Zwischenzeugnis
- Controlling von Zielvereinbarungssystemen
- 360°-Feedback u. Ä.
- kollegiale Fallberatung
- Potenzialanalysen durch interne Sichtungsrunden
- Assessment-Center
- Andere:

Anzahl der Beschäftigten, die in den letzten zwölf Monaten nach Beendigung der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt sind

Männer	Frauen
0	0

Datenerhebung

eigene Angaben

Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen und in der Lieferkette

Wir haben seit 2013 die Regel eingeführt, dass wir 2 Mal im Jahr mit allen angestellten MitarbeiterInnen ein Reflexions- und Mitarbeitergespräch führen.

Aus- und Weiterbildung

Sabbatical-Regelungen mit Arbeitsplatzgarantie

- ja
- nein

Durchgeführte Programme

Durchgeführte Programme und Unterstützungsmaßnahmen zur Verbesserung der Fähigkeiten und Kenntnisse der Mitarbeiter_innen in den letzten zwölf Monaten

	Umfang
Interne Aus- und Weiterbildungskurse (in h)	12
finanzielle Beiträge für externe Aus- und Weiterbildungsangebote (in €)	0

Datenerhebung & Erfolgsmessung

eigene Angaben

Zeitlicher Umfang

Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter_innen in den letzten zwölf Monaten

	Männer	Frauen
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter_in	12	12

Aus- und Weiterbildung anhand der drei bedeutendsten Mitarbeiterkategorien

Mitarbeiterkategorie	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter_in
Geschäftsführung/Vorstand	16
Führungskräfte	0
Angestellte	20
Gewerbliche Mitarbeiter_innen	0
Auszubildende/ Praktikant_innen/ Werksstudent_innen	0
Selbstständige Unternehmer_innen, die für das Unternehmen arbeiten/ Leiharbeiter_innen	0

Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen und in der Lieferkette

Wir führen regelmäßig quartalsweise eine interne Schulung durch. Diese erfolgt durch externe Experten oder durch unsere Mitarbeiter_innen selbst, die entsprechend zur Vorbereitung der Maßnahmen freigestellt werden. Die Schulungsmaßnahmen umfassen die Themenfelder Redaktion (New Journalism, digitales Storytelling etc.), Grafik und Marketing. Daneben findet spezielle Führungskräftecoachings für die Geschäftsleitung statt.

Vielfalt und Chancengleichheit

Zusammensetzung der Führungsebene (Geschäftsführung/Vorstand und Führungskräfte) nach Geschlecht und Alter

	Männer	Frauen
Unter 30 Jahre alt	0	0
30 bis 50 Jahre alt	1	1
Über 50 Jahre alt	0	0

Zusammensetzung der Belegschaft nach Mitarbeiterkategorie und Geschlecht

Mitarbeiterkategorie	Männer	Frauen
Geschäftsführung/Vorstand	1	0
Führungskräfte	0	1
Angestellte	2	2
Gewerbliche Mitarbeiter_innen	0	0
Auszubildende/ Praktikant_innen/ Werksstudent_innen	0	0
Selbstständige Unternehmer_innen, die für das Unternehmen arbeiten; Leiharbeiter_innen	6	4

Zusammensetzung der Belegschaft nach Alter und Geschlecht

	Männer	Frauen
Unter 30 Jahre alt	0	3
30 bis 50 Jahre alt	6	4
Über 50 Jahre alt	3	0

Es gibt andere relevante Diversitätskategorien wie etwa Migrationshintergrund, Mitarbeiter_innen mit Behinderungen etc.

- nein
- ja, Angabe der (max.) drei wichtigsten Kategorien

Lohn

Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern nach Mitarbeiterkategorie

Mitarbeiterkategorie	Männer	Frauen
Geschäftsführung/Vorstand	100%	k. A.
Führungskräfte	100%	100 %
Angestellte	100%	100 %
Gewerbliche Mitarbeiter_innen	100%	100 %
Auszubildende/ Praktikant_innen/ Werksstudent_innen	100%	100 %
Selbstständige Unternehmer_innen, die für das Unternehmen arbeiten/Leiharbeiter_innen	100%	100 %

Signifikante Unterschiede an einzelnen Standorten/Regionen

- nein
- ja, folgende:

Datenerhebung & Erfolgsmessung

eigene Angaben

Gesellschaft

Korruptionsvermeidung

Unsere Motivation

Als Mitgliedsunternehmen des UN Global Compact haben wir uns zur Korruptionsvermeidung verpflichtet. Die Geschäftsleitung nimmt diese Anforderung sehr ernst.

Die drei wesentlichsten Korruptionsrisiken sind aus unserer Sicht

- | | |
|---|--|
| 1 | Wissensvorteil durch Journalismus/Kundenkontakte zur persönlichen Bereicherung (Aktien-Insidergeschäfte) |
| 2 | Geschenke durch Dienstleiter (z. B. Druckereien) |
| 3 | |

Korruptionsvorfälle

Gesamtzahl der bestätigten Korruptionsvorfälle	0
Gesamtzahl der bestätigten Fälle, in denen Mitarbeiter_innen aufgrund von Korruption entlassen oder abgemahnt wurden	0
Gesamtzahl der bestätigten Fälle, in denen Verträge mit Geschäftspartner_innen aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Korruption beendet oder nicht erneuert wurden	0

Datenerhebung & Erfolgsmessung

eigene Angaben

Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen und in der Lieferkette

In allen Verträgen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie in den Werkverträgen mit Selbständigen ist ein eindeutiger Passus zum Missbrauch von Insider-Informationen sowie zum Umgang mit Hospitality/Geschenkkannahme verankert.

Regelkonformität

Unsere Motivation

Korruptionsvermeidung bedeutet für uns

- 1) nicht selbst korrumpierbar zu sein sowie
- 2) unsererseits auch Andere nicht zu korrumpieren.

Bußgelder und nicht monetäre Strafen

Gesamtgeldwert der monetär signifikanten Bußgelder	0	EUR (€)
Gesamtzahl der nicht monetären Strafen	0	
Gesamtzahl der Fälle, die im Rahmen von Streitbeilegungsmechanismen vorgebracht wurden	0	

Produktverantwortung

Datenschutz

Bewertung von Chancen, Risiken und Auswirkungen

Datenschutz und Datensicherheit ist ein sensibles und zunehmend wichtiges Thema. Vor allem sogenannte Cyberangriffe durch Hacker und Marodeure nehmen zu. Wir werden daher in Zukunft unsere Sicherheitsanforderungen stetig verbessern müssen.

Unsere Motivation

Wir nehmen den Schutz der privaten Daten unserer Kunden sehr ernst und möchten, dass die Nutzer sich auf unseren Websites wohl fühlen. Ein verantwortlicher Umgang den persönlichen Daten, die Beachtung der nationalen und internationalen Datenschutzvorschriften sowie ein möglichst hohes Maß an Netzwerksicherheit sind daher für uns eine Selbstverständlichkeit.


Beschwerden

Anzahl der begründeten Beschwerden bezüglich der Verletzung der Privatsphäre von Kunden und des Verlusts von Kundendaten in den letzten zwölf Monaten

Art der Beschwerde	Anzahl
Als berechtigt anerkannte Beschwerden Dritter	0
Beschwerden von Aufsichtsbehörden	0

Datendiebstahl

Anzahl der ermittelten Datenlecks, Fälle von Datenklau und -verlusten

-  Keine Verstöße ermittelt.
Erläuterung:

Datenerhebung

Informationen beruhen auf Angaben unserer Dienstleister.

Lehren & künftige Zielanpassungen

Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen und in der Lieferkette

Wir garantieren unseren Lesern und Kunden, dass unsere eigenen Server zu 100 % an deutschen Standorten sind. Damit gilt auch deutsches Datenschutzrecht.

Unsere Server befinden sich in zwei hochmodernen Datacenterparks in Süddeutschland und zeichnen sich durch eine ausgezeichnete und umweltschonende Infrastruktur aus. Vielfach redundante Anbindungen, darunter an den größten deutschen Austauschknöten DE-CIX, sorgen für einen reibungslosen Datenaustausch. Alle bestehenden Upstreams und Peerings werden über modernste Router in das Backbone eingebunden, um die Leistung des Netzwerkes zu steigern.

Zur Sicherung der Technik arbeiten wir mit der IT Spezialistenfirma incognito zusammen, die u.a. auch Banken bei IT Sicherheit berät und unterstützt.

Regelkonformität

Unsere Motivation

Compliance und Produkthaftung werden mit der Einführung unseres neues Software-Tools CSRmanager deutlich an Relevanz gewinnen. Bisher ruhte die Rechtsprechung hier weitestgehend auf dem im GG verbrieften Recht auf Meinungsfreiheit. Bei Verlagsprodukten wird dies auch weiterhin die zentrale rechtliche Grundlage für unser publizistisches Handeln sein. Beim Software-Tool werden wir darüber hinaus klare Compliance-Regeln entwickeln.

Bußgelder

Summe der relevanten Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften bezüglich der Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen

Betrag	Währung
	EUR (€)

Keine Bußgelder ermittelt. Erläuterungen:

Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen und in der Lieferkette

2015: Entwicklung einer Roadmap und eines Handlungsrahmens für Compliance-Management am Beispiel des Software Tools CSRmanager

2016: Implementierung dieser Maßnahmen