



# **macondo publishing GmbH**

## **Fortschrittsbericht 2015**

**macondo**

# Profil

---

- Strategie und Analyse
- Unternehmensangaben
- Nachhaltigkeit
- Unternehmensführung

# Strategie und Analyse

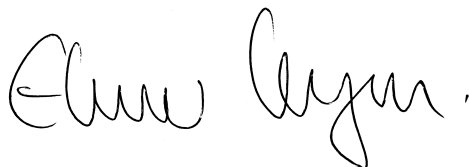
---

## Erklärung der Geschäftsführung

Wir erleben derzeit und sehr präsent eben auch in 2015 eine neue Phase der Globalisierung. Längst geht es nicht mehr nur um grenzenlose Waren-, Arbeits- oder Kapitalmärkte. Das kennen wir seit 1990, und die Anti-Globalisierungsbewegung arbeitet sich daran routiniert ab. Neu ist, dass die Welt in den letzten Jahrzehnten „kleiner“ geworden ist: Dank Internet und moderner Mobilität liegen alle Probleme direkt um die „Ecke“. Dadurch kommen in wachsendem Maße die Globalisierung von (Flüchtlings)Krisen, Krankheiten wie Ebola und religiösen und politischen Konflikten (z.B. IS-Terror) hinzu.

Genau an dieser Stelle verläuft aus meiner Sicht eine zentrale Sollbruchstelle. Die SDGs sind zukunftsgerichtet. Sie stehen für die Agenda 2030. Aber der politische Diskurs ist derzeit eher rückwärtsgerichtet. Das passt erst mal nicht zusammen, und ohne auf diesen Zielkonflikt einzugehen, sind die SDGs zum Scheitern verdoomt. Wer Nachhaltigkeitsziele diskutieren will, muss daher viel stärker politisch argumentieren. Und wer politisch diskutiert, muss viel stärker über unseren „Gesellschaftsvertrag“ reflektieren statt nur Details abzuarbeiten.

Als Medienhaus wollen wir genau dabei einen konstruktiven Beitrag leisten. Dazu haben wir uns auch selbst zu gesellschaftlicher Verantwortung verpflichtet. Unser diesjähriger Fortschrittsbericht spiegelt diese Verpflichtung wider und unterlegt unsere Angaben mit entsprechenden Kennzahlen, wo immer dies Sinn macht.



Dr. Elmer Lenzen



# 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](http://www.macondo.de)  
Website Nachhaltigkeit [www.macondo.de/verantwortung](http://www.macondo.de/verantwortung)

### Rechtsform unserer Organisation

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

### Angaben zu Geschäftsführung und Gesellschafter\_innen

Geschäftsführung/Vorstand: Dr. Elmer Lenzen  
Aufsichtsrat/Gesellschafter\_in/Inhaber\_in: Marion Lenzen, Dr. Elmer Lenzen





**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                |

|                                                               |                             |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 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     |

## Mitgliedschaften

|                          |                                              |
|--------------------------|----------------------------------------------|
| Name des Verbandes:      | Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik - DNWE   |
| Beitrittsdatum:          | 2015                                         |
| Geltungsraum:            | Deutschland                                  |
| Beschreibung Tätigkeit:  | Mitglied, Partner                            |
| Webseite der Initiative: | <a href="http://www.dnwe.de">www.dnwe.de</a> |



Caring for Climate



# Marktpresenz

## 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](http://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](http://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.

<https://www.yumpu.com/de/document/view/54960416/agenda-2030-schwerpunktthema-im-global-compact-deutschland-2015>

#### 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 [www.csr-academy.org](http://www.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](http://www.csr-manager.org)



**CSRmanager®**  
CSR einfach machen.

Sie sind von der CSR-Berichtspflicht der EU betroffen?  
Oder Sie wollen ihre Nachhaltigkeitsdaten gegenüber Ihren Stakeholdern berichten?  
Sie haben aber keine Zeit, komplexe Richtlinien zu studieren?  
Und Sie wollen keine komplizierte Software auf Ihrem Rechner installieren?

**Dann haben wir für Sie die richtige Lösung!**

Mit dem Softwaretool CSRmanager können Sie einfach, effizient und sicher Ihre Nachhaltigkeitsdaten managen, evaluieren und nach internationalen Standards reporten.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.csr-manager.org](http://www.csr-manager.org)!  
Oder sprechen Sie uns persönlich an:  
Tel. +49 (0) 251 200 782 0 - E-Mail: [support@csr-manager.org](mailto:support@csr-manager.org)

**macondo**  
macondo publishing GmbH · Dahlweg 87 · D - 48153 Münster  
Tel. +49 (0) 251 200 782 0 · E-Mail: [support@csr-manager.org](mailto:support@csr-manager.org)



# Mitarbeiter

## Gesamtzahl der Arbeitnehmer\_innen nach Art des Arbeitsvertrags und Geschlecht

|                                 | <b>Frauen</b> | <b>Männer</b> | <b>gesamt</b> |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Unbefristete<br>Arbeitsverträge | 2             | 3             | 5             |
| Befristete<br>Arbeitsverträge   | 5             | 6             | 11            |
| Gesamtbeschäftigtenzahl         | 7             | 9             | 16            |

# Beschaffung

## Branchenspezifische Eigenschaften der Lieferkette

Als Medienunternehmen sind unsere wichtigsten Lieferanten IT Provider sowie Druckereien.

## Gesamtanzahl der von unserer Organisation beauftragten Zulieferer (Tier 1)

ca. 20

# Nachhaltigkeit

---

## Stakeholder

### Einbindung von Stakeholdern

**Folgende Stakeholder werden von unserer Organisation eingebunden**

- ☒ **Zivilgesellschaft**
- ☒ **Politik/Staatliche Behörden**
- ☒ **Angestellte, Arbeiter\_innen sowie deren Gewerkschaften**
- ☒ **Anteilseigner\_innen und Kapitalgeber\_innen**

### 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 in unsere Geschäftsprozesse eingebunden.

# Berichtsprofil

## Berichtszeitraum

### Berichtszeitraum für die bereitgestellten Informationen

von 01.01.2015 bis 31.12.2015

### Datum des jüngsten vorangegangenen Berichts

☒ Berichtszeitraum:

01.01.2014 bis 31.12.2014

### Berichtszyklus

☒ einjährig

### 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

Fax: 0251/200782-22

### Der Nachhaltigkeitsbericht wird durch einen externen Prüfer validiert

☒ nein

# Verantwortlichkeiten

**Personelle und organisatorische Struktur unseres Nachhaltigkeitsmanagements**

**Zuständig für Nachhaltigkeitsthemen ist jemand mit**

☒ einer Position auf Geschäftsführungs- bzw. Vorstandsebene

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

☒ ja

**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                                  |

# Wesentlichkeit

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

**Wesentlichkeit aus der Innensicht (anhand der wichtigsten drei Organisationseinheiten)**

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



# 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

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



Beschäftigte

**Verfügbarkeit der Informationen in anderen Sprachen**



nein



# 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.

### Eingesetzte Materialien

### Die drei wichtigsten Produkte unserer Herstellung

| Rang | Produkt |
|------|---------|
| 1    | Papier  |
| 2    |         |
| 3    |         |

### Verhältnis von erneuerbaren und nicht erneuerbaren Ressourcen aller verwendeter Materialien

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

### Datenerhebung & Erfolgsmessung

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

## **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.



# Arbeitsbedingungen

---

## Beschäftigung

### Unsere Motivation

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unsere wichtigste Ressource.

### 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.

### Abfindungen berücksichtigen das Alter der Beschäftigten und die Dauer der Betriebszugehörigkeit

☐ nein

### 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

# Aus- und Weiterbildung

## Unsere Motivation

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.

## 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                                                                           |

## 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  |

## Sabbatical-Regelungen mit Arbeitsplatzgarantie

☒ nein

## Datenerhebung & Erfolgsmessung

eigene Angaben



# 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/<br>Werksstudent_innen                                    | 0      | 0      |
| Selbstständige Unternehmer_innen, die für<br>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.**





## 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/<br>Werksstudent_innen                                   | 100%   | 100 %  |
| Selbstständige Unternehmer_innen, die für<br>das Unternehmen arbeiten/Leiharbeiter_innen | 100%   | 100 %  |

### Signifikante Unterschiede an einzelnen Standorten/Regionen

☒ nein

### Gesetzliche Mindestlohn-Garantie

☒ ja

### Errichtung der Gesetzliche Sozialabgaben

☒ ja

### 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.

### 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/Geschenkannahme verankert.

### Die drei wesentlichsten Korruptionsrisiken sind aus unserer Sicht

- 1 Wissensvorteil durch Journalismus/Kundenkontakte zur persönlichen Bereicherung (Aktien-Insidergeschäfte)
- 2 Geschenke durch Dienstleister (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

# Regelkonformität

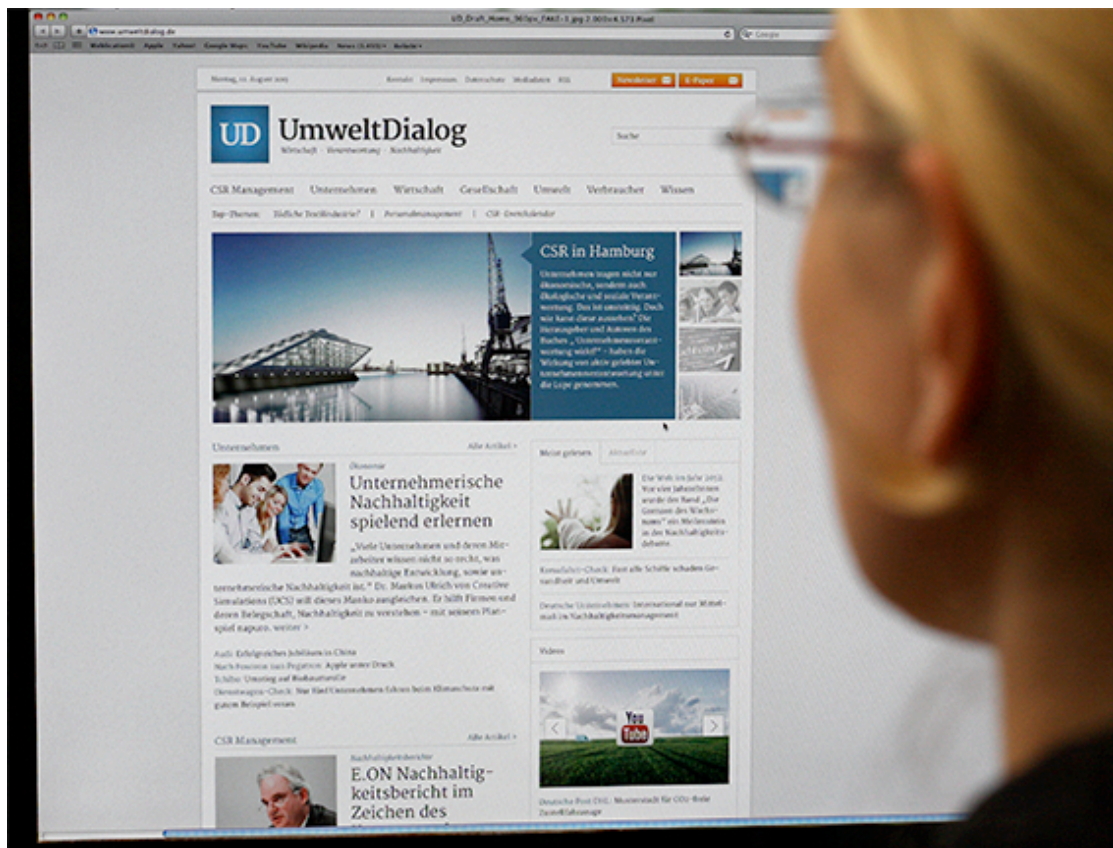
## Unsere Motivation

Korruptionsvermeidung bedeutet für uns

- 1) nicht selbst korruptierbar zu sein sowie
- 2) unsererseits auch Andere nicht zu korumpieren.

## 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

### 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.

### 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.

### 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 Austauschnoten 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.

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

| <b>Art der Beschwerde</b>                        | <b>Anzahl</b> |
|--------------------------------------------------|---------------|
| Als berechtigt anerkannte Beschwerden<br>Dritter | 0             |
| Beschwerden von Aufsichtsbehörden                | 0             |

### **Datendiebstahl**

Anzahl der ermittelten Datenlecks, Fälle von Datenklau und -verlusten

 Keine Verstöße ermittelt.

### **Datenerhebung**

Informationen beruhen auf Angaben unserer Dienstleister.

# 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.

## Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen und in der Lieferkette

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

2016: Implementierung dieser Maßnahmen

## 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.