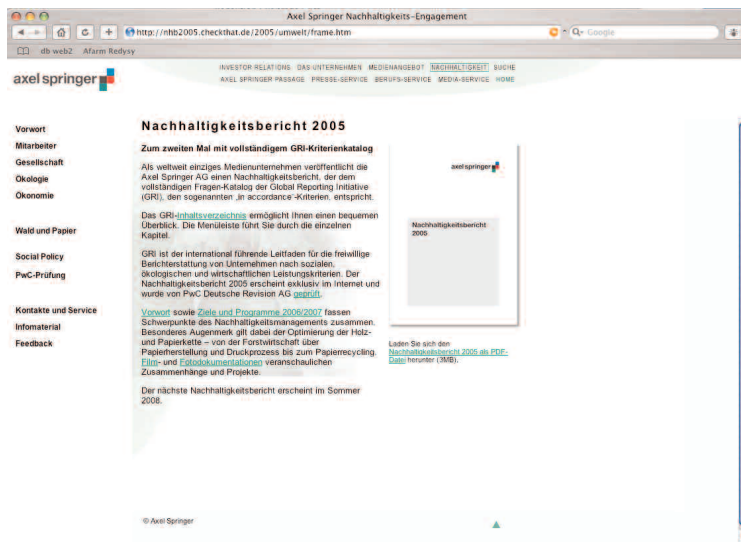


Nachhaltigkeitsbericht 2005

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2005

nach GRI-„in accordance“ Leistungskriterien

Diese Information ist exklusiv unter www.axelspringer.de/nachhaltigkeit öffentlich verfügbar.



Zum zweiten Mal mit vollständigem GRI-Kriterienkatalog

Als weltweit einziges Medienunternehmen veröffentlicht die Axel Springer AG einen Nachhaltigkeitsbericht, der dem vollständigen Fragen-Katalog der Global Reporting Initiative (GRI), den sogenannten „in accordance“-Kriterien, entspricht.

Das GRI-Inhaltsverzeichnis ermöglicht Ihnen einen bequemen Überblick. Die Menüleiste führt Sie durch die einzelnen Kapitel.

GRI ist der international führende Leitfadens für die freiwillige Berichterstattung von Unternehmen nach sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Leistungskriterien. Der Nachhaltigkeitsbericht 2005 erscheint exklusiv im Internet und wurde von PwC Deutsche Revision AG geprüft.

„Vorwort“ sowie „Ziele und Programme 2006/2007“ fassen Schwerpunkte des Nachhaltigkeitsmanagements zusammen. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Optimierung der Holz- und Papierkette – von der Forstwirtschaft über Papierherstellung und Druckprozess bis zum Papierrecycling. Film- und Fotodokumentationen veranschaulichen Zusammenhänge und Projekte.

Der nächste Nachhaltigkeitsbericht erscheint im Sommer 2008.

Inhalt

Vorwort	6
GRI-Inhaltsverzeichnis	7
Grundsätze, Werte und Leitlinien der Axel Springer AG	10
Unternehmensgrundsätze	10
Unternehmenskultur	10
Leitlinien der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer	11
International Social Policy	11
Corporate Governance	11
Umweltschutz	11
Nachhaltigkeits-Bilanz 1979 - 2005	12
Auszeichnungen	15
Umweltpreis vom NABU	15
„Best in Class“-Rating von oekom research	15
CAPITAL-Ranking	15
Umweltpreis von B.A.U.M.	16
Ziele 2006–2007	17
Zielerreichung 2004/2005	18
Abwägungsprozesse: Ein Beispiel aus der Praxis	18
Mitarbeiter	21
GRI-Leistungskriterien 2005	22
Informationen zum Bereich „Soziale Indikatoren“	22
Informationen zum Bereich „Menschenrechte“	24
Informationen zum Bereich „Gesellschaft“	26
Informationen zum Bereich „Produktverantwortung“	27
Menschen im Verlag	28
Nachwuchsprogramme	29
Praktikanten und Diplomanden	29
Trainees	29
Stipendiaten	29
Verkaufsakademie – BestSeller	30
Berufsbegleitende Fortbildungen	30
Junge Profis	30
Mentoring	31
Weiterbildung	32
Bildungsinitiative	32
Führungskräfteentwicklung	32
Sekretariat und Assistenz	33
Aktuelles Thema	33
Berufsbegleitende Fortbildungen	33
Chancengleichheit	34
Arbeitskreis Chancengleichheit	34
Frauen in der Wirtschaft	34
Netzwerke	34
Girls' Day	35
Ideenmanagement	36
Kettwiger Kollegen im Glück	36
Reinigung Turbowalzen	36
Der Öko-Effekt macht's	36
Auf Prämie programmiert	37
Eine Goldgrube für beide Seiten	37
Mitarbeiter international	38
Kennzahlen Soziales 2005	39
Die Zahl der Konzern-Mitarbeiter	39

Aufteilung der Mitarbeiterzahlen nach Geschlechtern	40
Krankenzeiten	40
Unfallstatistiken (deutsche Standorte)	40
Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit	41
Anzahl der Tarifmitarbeiter	41
Gesellschaft	42
GRI-Leistungskriterien	43
Informationen zum Bereich „Gesellschaft“	43
Informationen zum Bereich „Produktverantwortung“	44
Für Versöhnung	45
Ein Herz für Kinder	46
Von Mensch zu Mensch	48
50 Jahre Nächstenliebe	48
2005: 30 Jahre „Kinder helfen Kindern“	48
Berliner helfen e.V.	49
Engagement	50
Über 40 Millionen Euro für Flutopfer	50
YAM! hilft Flutopfern	50
Aktion Restgeld	50
HÖRZU unterstützt Tiger-Schutzprogramm	51
Die besten Schülerzeitungen	51
Ökologie	52
GRI-Leistungskriterien	53
Technik und Logistik	55
Controlling	56
EG Öko-Audit - alle Druckstandorte validiert	57
Die Systemgrenzen der Umwelt-Daten	58
Kennzahlen 2003	59
Energie	59
Schmutzwasser	60
CO ²	61
Abfall	62
Papier	63
Druckfarben	67
Transport	68
Ökonomie	69
GRI-Leistungskriterien	69
Wald und Papier	72
Filme	73
Bilder	74
Waldnutzung	76
Druckpapier aus Fichten und Kiefern	76
Projektberichte	76
Waldnutzungsstandards	77
Ökologische Gütesiegel	78
Pilotprojekte Russland	79
Korruptionsbekämpfung: „From Russia with Transparency“	80
Tracing Imports: Landkarten mit roten Punkten	82
Dialog	83
Social Policy	85
Leitlinien	86

Praktische Maßnahmen	87
PwC-Prüfung	88
Kontakte und Service	90
Verlag und Druckereien: Ansprechpartner	91
Redaktionen: Ansprechpartner	93
Unsere Papierlieferanten	95
Studien und Berichte	97
Fragen & Antworten	99
Thema: Nachhaltigkeit	99
Thema: Engagement von Axel Springer	100
Thema: Druckpapier	101
Glossar	103
Infomaterial	104
Feedback	105

Vorwort

Dr. Mathias Döpfner
Vorstandsvorsitzender
Axel Springer AG



Sehr geehrte Damen und Herren,

wirtschaftlicher Erfolg ist eine ganz wesentliche Voraussetzung für die Kraft zur Innovation und Unabhängigkeit eines Unternehmens. Moderne Unternehmen zeichnen sich darüber hinaus dadurch aus, dass sie ihr Augenmerk ebenso auf die sozialen und ökologischen Bedingungen ihrer Wertschöpfung – im Inland und im Ausland – richten. Aus diesem Dreiklang entsteht das, was heute unter Nachhaltigkeit verstanden wird.

Für Axel Springer ist dies auch eine Frage der Glaubwürdigkeit: Unsere Zeitungen und Zeitschriften beschäftigen sich täglich mit Themen der ökonomischen, sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit. Sie informieren, sie klären auf, sie hinterfragen.

Als Medienunternehmen tragen wir eine doppelte Verantwortung. Wir wollen nicht nur publizistisch, sondern auch als Arbeitgeber, als Drucker, als Papiereinkäufer – überhaupt als Mitglied der Gesellschaft – mit gutem Beispiel vorangehen.

Unsere Druckbetriebe in Deutschland zählen zu den ökologischen Vorreitern. Als erste in Europa wurden sie schon ab 1995 nach dem freiwilligen europäischen Öko-Audit validiert.

Seit Beginn der neunziger Jahre kümmern wir uns intensiv um den Schutz der Umwelt entlang der Stationen unserer Produktionskette – vom Wald über die Papiermaschine bis zum Kiosk und zum Papierrecycling. Wir sprechen mit Umweltorganisationen, wir schauen uns im Wald um, genau dort, wo Holz für unser Druckpapier gewonnen wird. Wir lernen dazu. Wir minimieren Risiken. Wir optimieren unsere Prozesse.

Verantwortung für die Zukunft unserer Erde – das erwarten unsere Kunden, das erwarten journalistische und kaufmännische Talente, die sich überlegen, bei uns zu arbeiten, das erwarten nicht zuletzt unsere Aktionäre.

Wie schon unser Bericht 2003 ist auch der neue Nachhaltigkeitsbericht im Einklang mit dem Leitfaden 2002 der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt worden. Er repräsentiert eine ausgewogene und angemessene Darstellung der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungen unseres Unternehmens. GRI verfolgt das Ziel, international anerkannte und vergleichbare Richtlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu schaffen.

Axel Springer ist Deutschlands kreativster und profitabelster Großverlag. Unsere Unternehmenskultur basiert auf Kreativität, Unternehmertum und Integrität. Unser Ziel: Wir wollen Deutschlands kreativstes und profitabelstes Medienunternehmen sein. Dabei werden wir auch weiterhin bezüglich unserer publizistischen und unternehmerischen Verantwortung für die sozialen und ökologischen Nebenbedingungen unseres ökonomischen Erfolges mit gutem Beispiel vorangehen.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Dr. Mathias Döpfner
Vorstandsvorsitzender

GRI-Inhaltsverzeichnis

Die „Global Reporting Initiative“ (GRI) hat das Ziel, international anerkannte und vergleichbare Richtlinien für die freiwillige Berichterstattung nach wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungskriterien zu schaffen. Die Initiative wurde 1997 in Zusammenarbeit mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) gegründet.

Das vom GRI-Leitfaden vorgeschriebene Inhaltsverzeichnis (GRI- Content Index) soll dem Nutzer helfen, sich in der Struktur des Nachhaltigkeitsberichtes zu orientieren.

GRI-Inhaltsverzeichnis (GRI Content Index)		
GRI-Themengebiet	Referenzpunkt	Angaben und Verweise
Vision und Strategie		
Vision und Strategie	Punkt 1.1 Punkt 1.2	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden der Axel Springer AG, Dr. Mathias Döpfner.
Profil		
Name des Unternehmens	Punkt 2.1	Das Unternehmen Axel Springer, 1946 gegründet, ist Deutschlands größter Zeitungsverlag und eines der führenden internationalen Medienunternehmen.
Produkte und Dienstleistungen	Punkt 2.2	Das Medienangebot der Axel Springer AG.
Betriebsstruktur	Punkt 2.3	Das Unternehmen
Wichtigste Geschäftsbereiche	Punkt 2.4	Das Unternehmen
Länder der Geschäftstätigkeit	Punkt 2.5	Siehe Menüpunkt „Internationales“ im Medienangebot der Axel Springer AG.
Eigenumsstruktur	Punkt 2.6	Investor Relations
Betreute Märkte	Punkt 2.7	Geschäftsbericht 2005
Umfang der Organisation	Punkt 2.8	Geschäftsbericht 2005
Kommunikation mit Anspruchsgruppen	Punkt 2.9	Die Axel Springer AG steht u.a. im Dialog mit Umweltorganisationen.
Ansprechpartner für den Bericht	Punkt 2.10	Kontakte: Hier finden Sie zahlreiche Ansprechpartner.
Berichtszeitraum	Punkt 2.11	2004-2005
Datum des vorherigen Berichts	Punkt 2.12	Juni 2003
Grenzen des Berichts	Punkt 2.13	Systemgrenzen des Nachhaltigkeitsberichts 2005
Wesentliche Änderungen	Punkt 2.14	Geschäftsbericht 2005
Im Bericht enthaltene Joint Ventures, Tochtergesellschaften etc.	Punkt 2.15	Geschäftsbericht 2005

Berichtigungen	Punkt 2.16	keine
Entscheidungen, die GRI-Richtlinien nicht anzuwenden	Punkt 2.17	nicht erfolgt
Kriterien/Definitionen für Kosten und Nutzen	Punkt 2.18	Geschäftsbericht 2005
Änderung der Messverfahren	Punkt 2.19	Geschäftsbericht 2005
Richtigkeit und Zuverlässigkeit des Berichts	Punkt 2.20	Dies wird u.a. durch Umwelt-Controlling und EG Öko-Audit sichergestellt.
Externe Verifizierung der Berichts	Punkt 2.21	Prüfvermerk: Der digitale Nachhaltigkeitsbericht 2005 der Axel Springer AG wurde von PwC Deutsche Revision Ag geprüft.
Zugang zu weiterführenden Informationen	Punkt 2.22	www.axelspringer.de
Governance Strukturen und Managementsysteme		
Corporate Governance-Struktur	Punkt 3.1	Siehe Menüpunkt „CorporateGovernance“ im Bereich Investor Relations der Axel Springer AG.
Geschäftsführung	Punkt 3.2	Geschäftsbericht 2005
Fachkenntnis des Vorstands	Punkt 3.3	Geschäftsbericht 2005
Bemessung von Risiken und Chancen in Bezug auf Nachhaltigkeit durch den Vorstand	Punkt 3.4	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden der Axel Springer AG, Dr. Mathias Döpfner.
Verknüpfungen zwischen Erreichen der finanziellen und nicht finanziellen Ziele	Punkt 3.5	Geschäftsbericht 2005
Nachhaltigkeitsorganisation	Punkt 3.6	Ansprechpartner zum Thema Nachhaltigkeit
Mission/Value Statements	Punkt 3.7	Werte und Leitlinien
Aktionärsempfehlungen an den Vorstand	Punkt 3.8	Siehe Menüpunkt „Corporate Governance“ im Bereich Investor Relations der Axel Springer AG.
Identifizierung der Anspruchsgruppen	Punkt 3.9	Die Axel Springer AG steht u.a. im Dialog mit Umweltorganisationen.
Berücksichtigung der Interessen der Anspruchsgruppe	Punkt 3.10	Die Axel Springer AG steht u.a. im Dialog mit Umweltorganisationen.
Anliegen der Anspruchsgruppen	Punkt 3.11	Die Axel Springer AG steht u.a. im Dialog mit Umweltorganisationen.
Verwendung von Stakeholder Information	Punkt 3.12	Die Axel Springer AG steht u.a. im Dialog mit Umweltorganisationen.
Vorsorgeprinzip	Punkt 3.13	Geschäftsbericht 2005
Ökonomische, sozialökologische freiwillige Initiativen	Punkt 3.14	Gesellschaftliches Engagement

Mitgliedschaften	Punkt 3.15	www.axelspringer.de
Management von Auswirkungen innerhalb der Produktionskette (Supply Chain Management)	Punkt 3.16	Ökologische und soziale Optimierung der Papierkette
Management indirekter Auswirkungen	Punkt 3.17	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden der Axel Springer AG, Dr. Mathias Döpfner.
Änderung in Bezug auf Standorte der Aktivitäten	Punkt 3.18	keine
Programme und Verfahrensweisen	Punkt 3.19	www.axelspringer.de
Zertifizierungsstatus der sozialökologischen Managementsystemes	Punkt 3.20	EG Öko-Audit
Leistungsindikatoren		
Ökonomische Leistungsindikatoren	EC1-EC10	Die Informationen zum Bereich Ökonomie
Ökologische Leistungsindikatoren	EN1-EN16	Die Informationen zum Bereich Ökologie
Gesellschaftliche/soziale Leistungsindikatoren	LA1-LA11 HR1-HR7 SO1-SO3 PR1-PR3	Arbeitspraxis und Arbeitsqualität Menschenrechte Gesellschaft Produktverantwortung

Grundsätze, Werte und Leitlinien der Axel Springer AG

Als einziges unabhängiges Medienunternehmen besitzt Axel Springer seit 1967 eine Unternehmensverfassung, deren fünf Präambeln Grundlage für die publizistische Ausrichtung sind. Darüber hinaus hat das Unternehmen Werte definiert, die die spezifische Unternehmenskultur bei Axel Springer ausmachen. Seit August 2003 gelten zusätzlich die Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer. Die im Juli 2004 veröffentlichten sozialen Standards sind eine verbindliche Leitlinie zur sozialen Integrität und gelten weltweit für alle Aktivitäten des Unternehmens. Hohe Bedeutung hat bei der Axel Springer AG eine gute Corporate Governance bei der Unternehmensführung und -kontrolle. Außerdem veröffentlichte das Unternehmen mit dem ersten Umweltbericht 1994 eine vier Punkte umfassende Umweltleitlinie.

Unternehmensgrundsätze

Die fünf gesellschaftspolitischen Präambeln, 1967 von Axel Springer formuliert, nach der Wiedervereinigung 1990 geändert und 2001 ergänzt, sind Bestandteil der Satzung der Axel Springer AG. Sie beschreiben ein freiheitliches Weltbild.

1. Das unbedingte Eintreten für den freiheitlichen Rechtsstaat Deutschland als Mitglied der westlichen Staatengemeinschaft und die Förderung der Einigungsbemühungen der Völker Europas;
2. das Herbeiführen einer Aussöhnung zwischen Juden und Deutschen, hierzu gehört auch die Unterstützung der Lebensrechte des israelischen Volkes;
3. die Unterstützung des transatlantischen Bündnisses und die Solidarität in der freiheitlichen Wertegemeinschaft mit den Vereinigten Staaten von Amerika;
4. die Ablehnung jeglicher Art von politischem Totalitarismus;
5. die Verteidigung der freien sozialen Marktwirtschaft. Die Unternehmensverfassung definiert gesellschaftspolitische Grundüberzeugungen, gibt aber keine Meinungen vor.

Unternehmenskultur

Die Axel Springer AG hat Werte definiert, die die spezifische Unternehmenskultur des Medienunternehmens ausmachen. Diese Werte gelten als wichtigste Grundlage für den Erfolg.

Kreativität als entscheidende Voraussetzung für den journalistischen sowie den geschäftlichen Erfolg;

Unternehmertum im Sinne des ideenmutigen; eigenverantwortlichen und ergebnisorientierten Handelns der Mitarbeiter und Führungskräfte;

Integrität gegenüber dem Unternehmen, den Lesern, den Kunden, den Mitarbeitern, den Geschäftspartnern und Aktionären.

Leitlinien der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer

Zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer haben die Chefredakteure und Verlagsgeschäftsführer der Gesellschaft Leitlinien entwickelt und in Abstimmung mit dem Vorstand im August 2003 in Kraft gesetzt.

Die Leitlinien konkretisieren und erweitern das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserats für das Unternehmen. Die Einhaltung dieser Leitlinien bei der journalistischen Arbeit aller Redakteure sichert die Rahmenbedingungen, die unabhängigen und kritischen Journalismus ermöglichen. Die Chefredakteure sind für die Einhaltung der Leitlinien und ihre Implementierung im Tagesgeschäft verantwortlich. Die Leitlinien behandeln die Trennung zwischen Werbung und redaktionellen Texten sowie zwischen privaten und geschäftlichen Interessen der Redakteure, verhindern persönliche Vorteilnahme und nehmen Stellung zum Umgang mit Quellen.

International Social Policy

Mit Blick auf die wachsende internationale Präsenz des Verlages hat die Axel Springer AG einen Katalog sozialer Standards verabschiedet. Diese „International Social Policy“ ist eine verbindliche Leitlinie zur sozialen Integrität und gilt weltweit für alle Aktivitäten des Unternehmens.

Corporate Governance

Verantwortungsbewusste Unternehmensführung und -kontrolle hat bei der Axel Springer AG seit jeher hohe Bedeutung. Dementsprechend beachtet das Unternehmen nicht nur die aktien-, kapitalmarktrechtlichen und sonstigen Regelungen des Deutschen Gesetzgebers, sondern auch eine gute Corporate Governance bei der Unternehmensführung und -kontrolle.

Umweltschutz

Mit dem ersten Umweltbericht veröffentlichte die Axel Springer AG 1994 eine vier Punkte umfassende Umweltleitlinie. Sie ist eine praktische Orientierung für die vielfältigen, dem Umweltschutz dienenden Maßnahmen des Unternehmens.

- 1.** Schärfung des Umweltbewusstseins bei Lesern, Geschäftspartnern und Mitarbeitern.
- 2.** Förderung schonender Rohstoffgewinnung durch Einflussnahme bei Lieferanten.
- 3.** Einsatz öko-effizienter Technologien und Stoffe in allen Unternehmensbereichen zur Umweltschonung, Sparsamkeit und Wiederverwendbarkeit.
- 4.** Vermeidung bzw. Verringerung der Umweltbelastung durch Reduktion von Energie- und Wasserbedarf, Emission und Abfall je produzierter Einheit.

Nachhaltigkeits-Bilanz 1979 - 2005

Die Entwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements der Axel Springer AG im Rückblick

<p>2005</p>	<p>Pilotprojekt: Gemeinsam mit dem Papierhersteller Stora Enso (Helsinki) und den Verlagshäusern Random House Group (London), Time Inc. (New York) sowie dem Verpackungshersteller Tetra Pak (Stockholm) präsentiert der Verlag das Projekt „From Russia with Transparency“ (www.tikhvinproject.ru). Ein Schwerpunkt ist die Förderung der Nachhaltigkeit sowie die Bekämpfung von Korruption im grenzüberschreitenden Holzhandel zur Herstellung von Druckpapier..</p> <p>Auszeichnung: Beim kritischen Vergleich der Nachhaltigkeitsberichte von 150 deutschen Unternehmen kam die Axel Springer AG beim CAPITAL-Ranking insgesamt auf Platz 4, im Segment Umweltschutz auf Platz 1.</p>
<p>2004</p>	<p>GRI: Als weltweit erstes Medienunternehmen veröffentlicht die Axel Springer AG einen Nachhaltigkeitsbericht, der den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI/www.globalreporting.org) entspricht und auch den umfassenden Kriterienkatalog der sogenannten „in accordance“-Vorgaben der GRI erfüllt.</p> <p>International Social Policy: Mit Blick auf die wachsende internationale Präsenz des Verlages hat die Axel Springer AG einen Katalog sozialer Standards verabschiedet. Darin wird die Haltung des Unternehmens unter anderem zu Fragen der Menschenrechte, des Kinder- und Jugendschutzes, der Mitarbeiterqualifizierung sowie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf dargelegt.</p> <p>Tiger-Schutz: Interessantes Prämienangebot für Neuabonnenten von HÖRZU. Künftig kann jeder, der Deutschlands größte wöchentliche Programmzeitschrift für ein Jahr abonniert, HÖRZU beauftragen, 50 Euro direkt für ein Tiger-Schutzprojekt des World Wide Fund For Nature (WWF) im indonesischen Sumatra einzusetzen. Ziel ist, die Rettung der letzten Sumatra-Tiger zu unterstützen.</p> <p>Auszeichnung: Für sein „vorbildliches Engagement für Nachhaltige Entwicklung“ hat der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.) den Verlag mit dem Umweltpreis 2004 (Kategorie Großunternehmen) ausgezeichnet.</p>
<p>2003</p>	<p>Welthungerhilfe: Durch die Aktion Restgeld kam eine Spende von EUR 25.000,- zusammen, die der nichtstaatlichen indischen Entwicklungshilfeorganisation „Social Work and Research Centre“ (SWRC) zur Verfügung gestellt wurde. In Kooperation mit der Welthungerhilfe ermöglicht sie in 50 Dörfern des indischen Wüstenstaates Rajasthan Bildungsprogramme für Schulkinder.</p> <p>„Eldercare“: Die unvermittelte Pflegebedürftigkeit eines älteren Angehörigen kann Berufstätigen manchmal zum Problem werden. Der Familienservice bietet deshalb auch in diesem Fall spezielle Beratung und Hilfe an.</p>
<p>2002</p>	<p>Auszeichnung: Zusammen mit Projektpartnern (Otto, UPM-Kymmene) erhält der Verlag die Auszeichnung für „Sustainable Development Partnerships“ der internationalen Handelskammer (ICC) und des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) für Nachhaltigkeitsinitiativen entlang der Papierkette.</p> <p>Chancengleichheit: Zum zweiten Mal wird der Verlag mit dem „Total E-Quality“-Prädikat für Chancengleichheit und Frauenförderung ausgezeichnet.</p> <p>Familienservice: Seit März 2002 ermöglicht der Kindergarten „Company Kids“, eine Ergänzung zum Familienservice, Eltern schnelle und unbürokratische Hilfe in Notfallsituationen.</p> <p>Forstwirtschaft: Start eines Pilotprojektes mit russischenForstbetrieben, das die Arbeitssicherheit bei der Holzernte verbessern soll.</p>
<p>2001</p>	<p>Auszeichnung: Der erste geprüfte Nachhaltigkeitsbericht erscheint. Der Verlag erhält dafür den „Deutschen Umwelt-Reporting-Award“ (2. Platz) der deutschen Wirtschaftsprüfungskammer.</p> <p>Tracing Russian Wood Imports: Im Internet kann jedermann den Ursprung von Papierholz rückverfolgen.</p> <p>Auszeichnung: Verleihung von elf Umweltnadeln der Studien- und Förderungsgesellschaft der Wirtschaft Schleswig-Holsteins für Mitarbeiter des Hauses. In der Tiefdruckerei Ahrensburg rüsteten Preisträger Wasserkühlanlagen energiesparend um.</p> <p>Andere (vom Offsetdruck Ahrensburg) erfanden ein Verfahren, das den Verbrauch chemischer Stoffe bei der Waschmittelaufbereitung senkte.</p> <p>Auszeichnung: Die Bundesvereinigung für innerbetriebliche Kommunikation zeichnet Auszubildende des Konzerns mit dem „Dr.Martin-Nebe-Preis“ für ihr Engagement gegen Ausländerfeindlichkeit aus.</p>
<p>2000</p>	<p>Kooperation: In Zusammenarbeit mit den Universitäten Lüneburg und St. Gallen, den Unternehmen Bahlsen, VW sowie der Schweizer Großbank UBS entsteht das Forschungsprojekt „Sustainability Balanced Scorecard“, das u.a. die Einbeziehung des Umweltmanagements in die strategische Unternehmensführung untersucht.</p>

1999	Pilotprojekt zur Optimierung der Papierkette: vom Familienforstbetrieb in Norwegen bis zur fertigen Zeitschrift in der Druckerei Ahrensburg – dargestellt an der Zeitschrift „Familie&Co“.
1997	Verständigung: Dialog mit Waldbauern aus Österreich, Deutschland und Skandinavien, die gegen vermeintliche ökonomische Nachteile der Waldzertifizierung protestiert hatten.
1995	Öko-Audit: Validierung der Zeitungs- und Zeitschriftendruckerei Ahrensburg nach dem freiwilligen EG-Öko-Audit als erste Druckerei Europas.
1994	Reporting: Der erste Umweltbericht erscheint.
1993	Transparenz: Veröffentlichung der Dokumentation: „Druckpapier und Umwelt: Fragen an Papierlieferanten des Axel Springer Verlages“.
1979	Investition: Vollkapselung der Tiefdruckmaschinen, um Lösemittlemissionen zu reduzieren.



Für das Projekt "Die erste Zeitschrift, die ihre Bäume kennt" wählte der Verlag 1999 seinen Titel "Familie&Co" aus



Für das Projekt "Die erste Zeitschrift, die ihre Bäume kennt" wählte der Verlag 1999 seinen Titel "Familie&Co" aus



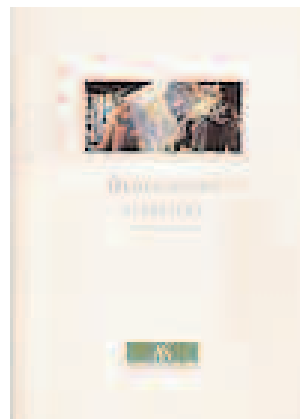
Katja Siemsen, Sekretariat Verlagsgeschäftsführung BILD, und Jörg Grabs, Kontakter Werbeabteilung HAMBURGER ABENDBLATT, übergaben Ingeborg Schäuble die stolze Summe von 25.000 Euro



Auf der Internetseite von UPM-Kymmene können die Wege des Papierholzes zurückverfolgt werden



Im August 2002 erhielt Axel Springer für sein Nachhaltigkeitsprojekt "Zeitungen, die ihre Bäume kennen" den "World Summit Business Award for Sustainable Development Partnerships" des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP)



1994 erscheint der erste Umweltbericht des Medienhauses Axel Springer

Auszeichnungen

2005

Umweltpreis vom NABU

HANSE-Umweltpreis für ökologische Renaturierung - Dagmar Berghoff besucht Druckerei Ahrensburg



Der Naturschutzbund Deutschland (NABU) hat die Axel Springer AG mit dem 1. Platz des diesjährigen HANSE-Umweltpreises ausgezeichnet. In ihrer Laudatio hob Preis-Schirmherrin Dagmar Berghoff die ökologische Renaturierung der Grünflächen auf dem Betriebsgelände des Ahrensburger Druckzentrums sowie eine partnerschaftliche Pilotinitiative zur FSC-Zertifizierung von Forstbetrieben in Russland, die Papierlieferanten mit Holz versorgen, hervor.

Der Verlag hat kurz darauf das Preisgeld auf 5000.- Euro verdoppelt und es als Spende an fünf Hamburger Schulen, deren Schüler und Lehrer sich kontinuierlich in Naturschutzprojekten engagieren, weitergeleitet.



2005: Dagmar Berghoff (Schirmherrin des Hanse-Umweltpreises), Gisela Linnekogel (Lehrerin Schule Lokstedter Damm), Thomas Dreisek (Leiter Offsetdruck Ahrensburg)

„Best in Class“-Rating von oekom research

Axel Springer AG unter 25 weltweit führenden Medienunternehmen ganz vorn



Die auf Nachhaltigkeit spezialisierte Rating Agentur oekom research AG, München, hat 25 weltweit führende Medienunternehmen auf der Basis von 200 ökologischen und sozialen Indikatoren analysiert und bewertet.

Innerhalb eines Bewertungssystems von A+ bis D- führt Axel Springer die Rangliste mit einem B+ an. Auf dem zweiten und dritten Rang folgen EMI Group und Pearson mit je einem B-. 2001 war Axel Springer von oekom research mit der Note B- auf den dritten Rang hinter EMI Group und Bertelsmann platziert worden.

CAPITAL-Ranking

Sieger im Bereich Umweltschutz: „Springer schont die Umwelt“



Beim kritischen Vergleich der Nachhaltigkeitsberichte von 150 deutschen Unternehmen kam die Axel Springer AG insgesamt auf Platz 4, im Segment Umweltschutz sogar auf Platz 1. Dazu schreibt CAPITAL in seiner aktuellen Ausgabe: „Die Axel Springer AG überzeugt mit Erfolgen und Zielen. Den Einsatz von Energie und Chemikalien erfassen die Druckereien genau, konsequent nutzen sie Einsparmöglichkeiten. Vom Wald über die Papierfabrik bis zum Recycling schont Springer die Umwelt.“

Die Untersuchung setzt die bisher durchgeführten Rankings der Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsberichte von 1994, 1996, 1998 und 2000 fort. Auch hier gehörte die Axel Springer AG schon mehr-

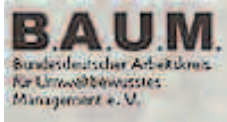
fach zu den Top 5. 1998 errang das Unternehmen den ersten, 2000 den zweiten Platz.

Neu beim diesjährigen CAPITAL-Ranking ist die Erweiterung der Kriterien um die soziale und ökonomische Dimension.

2004

Umweltpreis von B.A.U.M.

Ernst Ulrich von Weizsäcker lobt Nachhaltigkeitsbewußtsein des Unternehmens



Für sein „vorbildliches Engagement für Nachhaltige Entwicklung“ hat der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewußtes Management e.V. (B.A.U.M.) den Verlag mit dem Umweltpreis 2004 (Kategorie Großunternehmen) ausgezeichnet. In seiner Laudatio hob der Wissenschaftler Ernst Ulrich von Weizsäcker das Nachhaltigkeitsbewußtsein des Unternehmens hervor.

Ziele 2006–2007

Nachhaltigkeitsmanagement besteht aus einer Vielzahl von Projekten und Maßnahmen. Dazu einige Beispiele:

Bereich	Ziele 2006/2007	Hintergrund
Energiemanagement in der Zeitungsdruckerei Ahrensburg	Reduzierung des spezifischen Energieverbrauchs der neuen Rotationsmaschinen um fünf Prozent durch den Einsatz von Einzelantrieben an den Druckwerken	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Energiemanagement in der Zeitungsdruckerei Essen-Kettwig	Einführung eines Energiemanagements für alle Energiearten zur Optimierung der Prozesse (angestrebte Einsparung um ca. 300 MWh)	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Lärmreduzierung in der Zeitungsdruckerei Ahrensburg	Sukzessive Reduzierung des Lärmpegels in der Rotation um ca. 3 dB(A) durch den Austausch der alten Rotationsmaschinen und den Einbau von Lärmschutzwänden	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Lärmreduzierung in der Zeitungsdruckerei Essen-Kettwig	Verringerung der Schallemissionen der Rotationsmaschine durch Einsatz einer Gummituchplatte	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Ressourcenmanagement in der Zeitungsdruckerei Essen-Kettwig	Reduzierung des Blindplattenverbrauchs um 50 Prozent	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Abfallmanagement in der Zeitungsdruckerei Spandau	Reduzierung der besonders überwachungsbedürftigen Abfälle. Durch Senkung des Wasseranteils an den verbrauchten Fotochemikalien soll dieser Abfall um rund 30 Prozent gesenkt werden.	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Energiemanagement in den Verlagshäusern Berlin und Hamburg	In den Bürogebäuden soll der Verbrauch elektrischer Energie um zehn Prozent reduziert werden. Erreicht werden soll das u.a. mit folgenden Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none"> - Verbrauchsminimierung durch gezielte Abschaltungen der Klimaanlage - Austausch der Leuchten und Leuchtmittel gegen effizientere T5-Leuchtmittel in Verbindung mit elektronischen Vorschaltgeräte - außenlichtabhängige Steuerung in den Vorfluren - Bewegungsmelder in den Toiletten und Garagen - Zeitsteuerungsanlagen in Technikräumen 	Verbesserung der auf die Kostenstelle bezogenen Energietransparenz zur Senkung des Energieverbrauchs.
Corporate Volunteering	Im Bereich der Personalentwicklung wollen sich Trainees im Rahmen einer Berliner sozialen Einrichtung engagieren.	Im Nachhaltigkeitsbericht 2003 wurde ein Projekt dokumentiert, bei dem sich Hamburger Mitarbeiter in ihrer Freizeit für die Renovierung einer Grundschule engagiert haben.
Sicherung von Sozialstandards (siehe Kapitell „Social Policy“) in der Holz- und Papierkette	Zur Vermeidung von Arbeitsunfällen in russischen Forstbetrieben, die Holz an Papierfabriken in Finnland liefern soll bei den Akteuren in der Lieferkette das entsprechende Bewusstsein geschärft werden.	Dieses Anliegen ist Teil des Tikhvin-Projektes, bei dem der Verlag mit dem Papierhersteller Stora Enso sowie mit weiteren Papierkunden kooperiert.

Transparente Rückverfolgbarkeit in der Holz- und Papierkette	Zuverlässige und leicht zugängliche Dokumentation der Herkunft von Holzimporten finnischer Papierfabriken aus Russland	Im Rahmen des Projektes Tracing Russian Wood Imports. Zusammen mit dem Papierhersteller UPM-Kymmene werden Modelle zur Nutzung des Internets entwickelt und ausprobiert. nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
---	--	---

Zielerreichung 2004/2005

Die im Rahmen des freiwilligen europäischen Öko-Audits (EMAS) veröffentlichten Umwelterklärungen der Druckstandorte fassen jeweils zusammen, inwieweit ein Ziel erreicht wurde. Ein konkretes Beispiel verdeutlicht auch die Abwägungsprozesse, die im Nachhaltigkeitsmanagement eine wichtige Rolle spielen.

Bereich	Zielerreichung 2004/2005	Hintergrund
Ressourcenmanagement in der Zeitungsdruckerei Essen-Kettwig	Ziel war die Reduzierung des Waschmittelverbrauches pro m ² bedruckter Fläche um fünf Prozent durch Optimierung der Waschmittelaufbereitung. Dieses Ziel wurde nur etwa zur Hälfte erreicht. Durch höhere Produktion und Farbigkeit stieg auch die Zahl der Waschvorgänge und damit die verbrauchte Menge stärker als die Reduzierung.	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Energiemanagement in der Zeitungsdruckerei Essen-Kettwig	Ziel war die Reduzierung des Verbrauchs an elektrischer Energie um fünf Prozent pro Tonne Papier. Zielerreichung durch Investition in neue Versorgungsanlagen.	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Energiemanagement in der Zeitungsdruckerei Ahrensburg	Die angestrebten Energieeinsparungen wurden durch den Einsatz neuer raumluftechnischer Anlagen und neuer Kältemaschinen erreicht. Auch die Programme zu Gewässerschutz, Abfallwirtschaft, Luftreinhaltung, Lärmemission und Brandschutz konnten fristgerecht umgesetzt werden.	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Energiemanagement in der Zeitungsdruckerei Spandau	Ziel war die Reduzierung des Energieverbrauchs im Bereich Plattenherstellung. Ziel wurde erreicht durch Investition in Belüftungstechnik (CtP-Direkt-Belüftung und neue Regelung). Siehe dazu bitte auch „Kennzahlen: Energie“	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.
Ressourcenmanagement in der Zeitungsdruckerei Spandau	Ziel war die Reduzierung des Wisch-waserkonzentrats um zehn Prozent durch Dosierungsoptimierung. Das Ziel wurde zu etwa 60 Prozent erreicht.	Die aktuelle Umwelterklärung nach EG-Öko-Audit enthält weitere Informationen.

Abwägungsprozesse: Ein Beispiel aus der Praxis

Selbermachen oder Fremdvergabe: Eine Nanofiltrationsanlage* half bisher, das Entsorgungstransportaufkommen zu senken. Jetzt muss doch extern entsorgt werden.

Nachhaltigkeitsmanagement besteht aus Herausforderungen, neuen Ideen, technischen Entwicklungen, Erfolgen, Misserfolgen und Abwägungen. Hier ein aktuelles Beispiel aus der Zeitungsdruckerei Ahrensburg:

Ausgangslage

- Beim Zeitungsdruck wird auch Wasser (mit etwas Alkohol) – das sogenannte Feuchtmittel – eingesetzt. Nach Gebrauch wird die dann mit Farbpartikeln, Staub und Papierfasern vermischte Flüssigkeit in einem Tank gesammelt.
- Die im gebrauchten Prozesswasser enthaltenen Teilchen sind sehr klein. Üblich ist deshalb ihre Filterung durch externe Spezialbetriebe, die die verschmutzte Flüssigkeit in besonderen Tankwagen abholen. Die aussortierten Partikel werden zumeist als Brennstoff verwertet.

- Um den Transportbedarf zu senken, entwickelte die Betriebstechnik der Ahrensburger Zeitungsdruckerei schon 1995 eine Nanofiltrationsanlage, durch die das zu entsorgende Wasservolumen um 80 Prozent gesenkt wurde.

Problem

- Nach der Installation neuer Druckmaschinen mit automatischer Waschanlage nahm sowohl das zu reinigende Wasservolumen als auch die darin enthaltenen Schmutzpartikel deutlich zu. (Bei der bisher manuell durchgeführten Reinigung wurde der größte Teil der Schmutzpartikel über die Putztücher entfernt.)
- Die Reinigung in der eigenen Nanofiltrationsanlage führte jetzt regelmäßig zur Verstopfung der Filter. Die Anlage fiel ständig aus. Häufige Wartungen vervielfachten die Kosten. So wurde die eigene Anlage zunächst stillgelegt und die gesamte Flüssigkeit wurde wieder zur externen Filterung transportiert.
- Nun wurde geprüft, ob und wie – zur weiteren Minimierung des Transportaufwandes – die eigene Anlage erweitert bzw. ganz neu konzipiert werden könnte. Zur Diskussion standen
 - a) Erweiterung, b) ein neues Verfahren mittels Destillation und c) externe Filterung.

Abwägung und Entscheidung

- Die Erweiterung der bestehenden Anlage erfordert eine Investition, die den erzielbaren Nutzen bei weitem übersteigt.
- Eine Destillationsanlage ist teuer. Sie verbraucht deutlich mehr Energie. Wegen der größeren Ausmaße müsste auch der Keller unter der Druckerei umgebaut werden. Die Wartungskosten (Austausch der Filter) der bisherigen Anlage wären auch nach einer Erweiterung der Nanofiltration deutlich höher als die Kosten für eine externe Lösung. So fiel die Entscheidung gegen die Neuanschaffung, gegen die Erweiterung und für die externe Lösung.
- Durch das größere, jetzt nicht mehr durch eigene Vorfilterung reduzierte Volumen wird das gebrauchte Prozeßwasser nun nicht mehr alle sechs, sondern etwa alle anderthalb Monate abtransportiert. Dadurch reduziert sich der Energie- und Materialverbrauch am eigenen Standort.

Die Betriebstechnik der Ahrensburger Zeitungsdruckerei wird weiter nach Chancen zur ökonomisch vertretbaren ökologischen Optimierung forschen, um neue technische Entwicklungen möglichst früh zu erkennen und ggf. auch einzusetzen.

*Nanofiltration = Filterung kleinster Teile aus wässrigen Lösungen

Mitarbeiter



Zu diesem Foto:

2006 beteiligte sich die Axel Springer AG bereits zum vierten Mal an der bundesweiten Initiative Girls´ Day – Mädchenzukunftstag. Elisabeth Händel, Leiterin der Personalentwicklung und Personalleiterin Berlin, erläutert die Arbeit im Verlag. Von links nach rechts: Lina Schäffler, Burcak Akman, Selen Ertug, Elisabeth Händel, Seda Ertug.

In diesem Kapitel finden Sie Informationen zum Umgang mit Mitarbeitern bei Axel Springer, können sich soziale Kennzahlen des Unternehmens anschauen und erfahren mehr über den Arbeitskreis Chancengleichheit. Über die Aus-, Fort- und Weiterbildung innerhalb der Axel Springer AG erfahren Sie mehr unter „Berufservice“.

GRI-Leistungskriterien 2005

Soziale Indikatoren

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung LA in den GRI-Nummern steht für „Labour Practices and Decent Work“ (Arbeitspraxis und Arbeitsqualität).

Informationen zum Bereich „Arbeitspraxis und Arbeitsqualität“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Beschäftigung		
Arbeitsplätze, nach Art und Land aufgeschlüsselt	LA1	Im Unternehmen waren im Jahr 2005 10.166 Mitarbeiter (ohne Auszubildende und Volontäre) beschäftigt.
Durchschnittliche Fluktuation und Nettoveränderung der Arbeitsplätze	LA2	Die durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit von Mitarbeitern betrug im Jahr 2005 12,7 Jahre; 51,8 Prozent der Mitarbeiter waren länger als zehn Jahre für Axel Springer tätig.
Beziehung zwischen Arbeitnehmern und dem Management		
Anteil der Arbeitnehmer, die durch Flächentarifverträge gesichert sind	LA3	www.axelspringer.de/umwelt/inhalte/mitarbeiter/kennzahlen.html#Tarifmitarbeiter
Erklärungen und Prozesse der Beteiligung von Mitarbeitern durch Informationsaustausch, Beratung und Verhandlungen über strukturelle Veränderungen	LA4	Geschäftsführung und Betriebsrat stehen in engem Kontakt und treffen sich regelmäßig zu Gesprächen über zahlreiche Themen. In speziellen Veranstaltungen („Aktuelles Thema“) erläutern Referenten aus dem Unternehmen anhand von Beispielen aus der Praxis Konzepte, Strategien, Planungen und Perspektiven, die für die Zukunft des Unternehmens oder die Entwicklungen in der Branche von Bedeutung sind.
Gesundheit und Sicherheit		
Dokumentationspraxis von Arbeitsunfällen und -krankheiten	LA5	Arbeitsunfälle werden an den Unternehmensstandorten erfasst.
Formelles Gremium von Arbeitnehmern und Management zu Sicherheit und Gesundheit (und % der so vertretenen Arbeitnehmerschaft)	LA6	Für alle Fragen und Maßnahmen der Arbeitssicherheit, des Brandschutzes und des Umweltschutzes ist der Sicherheitsingenieur der jeweiligen Betriebsstätte zuständig. Die Sicherheitsingenieure in Hamburg und Berlin Kochstraße sind Mitarbeiter der Leitung Verwaltung. In den anderen Betriebsstätten sind sie dem Bereich Betriebstechnik zugeordnet.

Verlusttage / Abwesenheitsraten durch Verletzungen bei Arbeitsunfällen und arbeitsbedingte Todesfälle	LA7	Anzahl der durch meldepflichtige* Arbeitsunfälle bedingten Ausfalltage 2005: Druckhaus Spandau: 385 Druckhaus Essen-Kettwig: 195 Offsetdruck Ahrensburg: 272 Die Unfallstatistiken für die Verlagshäuser Berlin-Kochstraße und Hamburg finden Sie im Unterkapitel „Kennzahlen“. Todesfälle waren nicht zu beklagen. <small>*ein Arbeitsunfall ist meldepflichtig bei mehr als drei Ausfalltagen</small>
Beschreibung der Unternehmenspolitik / Programme zu HIV / AIDS	LA8	Aufklärung und Information durch die Betriebsärzte
Training und Weiterbildung		
Durchschnittliche Stunden Training/Weiterbildung pro Mitarbeiter (nach Arbeitnehmerkategorien differenziert)	LA9	Im Jahr 2005 haben über 6.537 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Trainings- oder Bildungsveranstaltungen teilgenommen. Die durchschnittliche Weiterbildungsdauer betrug 10,7 Stunden pro Mitarbeiter.
Vielfalt und Chancen		
Programme zur Chancengleichheit (inkl. Monitoring und Ahndung von sexueller Belästigung)	LA10	Schon zweimal wurde Axel Springer mit dem Prädikat „Total-E-Quality“ ausgezeichnet.
Anteil von weiblichen / männlichen Mitarbeitern in Management und Führungspositionen	LA11	Keine gesonderte Statistik für Führungspositionen Im Jahr 2005 waren im Unternehmen 5.935 Männer und 4.231 Frauen beschäftigt.

Menschenrechte

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung HR in den GRI-Nummern steht für „Human Rights“ (Menschenrechte).

Informationen zum Bereich „Menschenrechte“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Strategie und Management		
Richtlinien, Strukturen und Programme zum Thema Menschenrechte (inkl. Monitoring und Mechanismen), im Vergleich zu internationalen Standards (Allgemeine Erklärung der Menschenrechte/ILO Konvention)	HR1	Werte und Leitlinien: Axel Springer achtet und unterstützt die „Allgemeine Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen und toleriert kein Verhalten, das diese missachtet.
Nachweis über die Berücksichtigung von Menschenrechten bei Investitions- und Beschaffungsentscheidungen (einschließlich Auswahl der Lieferanten)	HR2	Seit der Einführung von Waldnutzungsstandards 1995 beschäftigt sich der Einkauf mit ökologischen und sozialen Standards der Papierkette. Siehe bitte auch International Social Policy der Axel Springer AG.
Beschreibung der Politik und des Vorgehens bei der Evaluation der Einhaltung von Menschenrechten durch Lieferanten	HR3	Als Kunde von Druckpapierherstellern in zahlreichen Ländern informiert sich der Verlag über die sozialen, ökonomischen und ökologischen Rahmenbedingungen der Forstwirtschaft sowie der Zellstoff- und Papierproduktion. Das Monitoring im Bereich des Einkaufs von Werbemitteln ist im Aufbau. Seit 1995 achtet Axel Springer bei Papierlieferanten auf die Einhaltung der vereinbarten Waldnutzungsstandards. Das Unternehmen steht in sechs Ländern mit zahlreichen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) im kontinuierlichen Dialog.
Nicht-Diskriminierung		
Globale Vorgehensweise/ Programme gegen Diskriminierung (inkl. Monitoring Systeme und Ergebnisse)	HR4	Werte und Leitlinien: Axel Springer bietet Chancengleichheit für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter. Dabei spielt ethnische Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, Alter, Familienstand, Behinderung, Religion, Staatsangehörigkeit, sexuelle Ausrichtung oder soziale Herkunft keine Rolle. Wir erwarten von unseren Mitarbeitern ein Bekenntnis zu den demokratischen Prinzipien und zur Toleranz gegenüber Andersdenkenden.
Gewerkschaftsfreiheit und Tarifverhandlungen		
Gewährleistung von Versammlungsfreiheit (auch unabhängig von lokaler Gesetzgebung)	HR5	Werte und Leitlinien: Axel Springer respektiert das Recht seiner Mitarbeiter, eine Mitarbeitervertretung zu bilden bzw. dieser beizutreten und in ihr aktiv zu sein. Das Unternehmen bietet den Mitarbeitervertretungen eine vertrauensvolle, faire und konstruktive Zusammenarbeit.

Kinderarbeit		
Verhinderung von Kinderarbeit, relevante Programme	HR6	Werte und Leitlinien: Axel Springer akzeptiert keine illegale Beschäftigung von Kindern und Jugendlichen – weder im eigenen Unternehmen noch bei Geschäftspartnern. Auch die legale Beschäftigung von Kindern und Jugendlichen darf der körperlichen und geistigen Entwicklung nicht abträglich sein.
Zwangsarbeit und Arbeitsverpflichtung		
Verhinderung von Zwangsarbeit, relevante Programme (inkl. Monitoring Systeme und deren Ergebnisse)	HR7	Werte und Leitlinien: Axel Springer setzt sich dafür ein, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter mit Würde und Respekt behandelt wird und in einer Arbeitsumgebung frei von körperlicher Beeinträchtigung und sexueller, psychologischer oder verbaler Belästigung arbeiten kann. Hinweisen auf Verstöße wird – unter dem Schutz der Belange von Opfer und Zeugen – nachgegangen.

Gesellschaft

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung SO in den GRI-Nummern steht für „Society“ (Gesellschaft).

Informationen zum Bereich „Gesellschaft“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Beziehungen zur Gemeinde		
Beschreibung der Auswirkungen auf das gesellschaftliche Umfeld. Beschreibung des Vorgehens für Stakeholder Dialoge	SO1	An den eigenen Standorten setzt sich das Unternehmen für gute Beziehungen zu Anwohnern und Gemeinden ein. Als Kunde von Druckpapierherstellern in zahlreichen Ländern informiert sich der Verlag über die sozialen, ökonomischen und ökologischen Rahmenbedingungen der Forstwirtschaft sowie der Zellstoff- und Papierproduktion. Das Unternehmen steht in sechs Ländern mit zahlreichen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) im kontinuierlichen Dialog.
Bestechung und Korruption		
Beschreibung von Managementsystemen und Ahndungsmechanismen hinsichtlich Bestechung und Korruption (inkl. Einhaltung der Richtlinien der „OECD Convention on Combating Bribery“)	SO2	Chefredakteure und Verlags-geschäftsführer von Axel Springer haben sich über Standards zur Wahrung journalistischer Unabhängigkeit abgestimmt. Die Journalisten bei Axel Springer ...berichten grundsätzlich nicht über nahe stehende Personen in Text und Bild. ... nutzen ihre Berichterstattung nicht, um sich oder anderen Vorteile zu verschaffen. ... nehmen keine Geschenke an, die den Charakter einer persönlichen Vorteilsnahme haben. ...stellen gemeinsam mit dem Verlag sicher, dass eine Trennung von Anzeigen und Redaktion gewahrt wird.
Politische Unterstützungen		
Beschreibung von Politik und Prozessen der politischen Lobbyarbeit und politischer Mitwirkung	SO3	Axel Springer unterstützt keine politischen Parteien.

Produktverantwortung

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung PR in den GRI-Nummern steht für „Product Responsibility“ (Produktverantwortung).

Informationen zum Bereich „Produktverantwortung“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Konsumentengesundheit und -sicherheit		
Beschreibung der Politik zur Erhaltung der Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten beim Gebrauch der Produkte	PR1	Nicht relevant, da keine Schädigung der menschlichen Gesundheit durch Zeitungen / Zeitschriften bekannt ist
Produkte und Dienstleistungen		
Zielvorstellungen, Managementsysteme und Ahnungsmechanismen zur Produktinformation und Produktkennzeichnung	PR2	Axel Springer setzt sich seit Jahren dafür ein, dass die Papierkette nicht nur am Ende beim Altpapier, sondern auch schon am Anfang beim Holz ökologisch optimiert wird. Die Waldnutzungsstandards und die Öko-Siegel FSC und PEFC spielen bei den Einkaufs- und Lieferantentscheidungen eine große Rolle.
Schutz der Privatsphäre		
Beschreibung von Politik und Prozessen zum Datenschutz von Kundeninformation	PR3	www.axelspringer.de/datenschutz.htm

Menschen im Verlag

Axel Springer beschäftigte im Jahresdurchschnitt 2005 rund 10.166 Mitarbeiter.

Einzelheiten zum Thema Mitarbeiter im Unternehmen Axel Springer können Sie dem Geschäftsbericht 2005 entnehmen,

Geschäftsbericht 2003 (pdf):

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de

Kapitel „Weitere Informationen/Mitarbeiter“ (pdf):

www.axelspringer.de/inhalte/geschber/05/10_weitere_informationen.pdf



Nachwuchsprogramme

Praktikanten und Diplomanden

Vielfältige Kooperation mit Studierenden bietet Chancen für Studium und Berufseinstieg

Axel Springer bietet Studentinnen und Studenten die Gelegenheit, Theorie und Praxis miteinander zu verknüpfen, praktische Erfahrungen zu sammeln und Einblicke in Prozessabläufe und Organisation der Verlags- und Druckhäuser zu erhalten. Im Gegenzug profitiert das Unternehmen von neuen Ideen und Ansätzen sowie aktuellen Erkenntnissen der Hochschulen.

Die Kooperation des Unternehmens mit Studierenden bei der Anfertigung von Diplomarbeiten eignet sich in idealer Weise dazu, konkrete Fragestellungen intensiv und wissenschaftlich fundiert zu bearbeiten.

Hervorragende Praktikantinnen und Praktikanten werden zudem in ein Praktikantenbindungsprogramm aufgenommen. Diese Top-Kandidaten haben dann die Chance, sich für eine Diplomarbeit im Unternehmen, das Trainee-Programm oder den Direkteinstieg zu empfehlen.

Trainees

Ausbildung von Hochschulabsolventen zu Medienprofis in 18 Monaten

Das Trainee-Programm der Axel Springer AG richtet sich an hoch motivierte und leistungsorientierte Hochschulabsolventen unter 30 Jahren mit besonderem Interesse an der Medienbranche. Die individuelle Ausbildung bietet ein zielorientiertes und fundiertes „Learning By Doing“ mit zahlreichen Wegen in Richtung Fach- und Führungsverantwortung.

Unsere Trainees erhalten in 18 Monaten eine individuelle Ausbildung, die sie unter anderem in den Anzeigenverkauf, den Vertrieb, die Werbung, das Controlling, das Finanz- und Rechnungswesen sowie die Technik führt. Daneben können im Rahmen unseres Trainee-Programms auch spezielle Interessen berücksichtigt werden.

Ein umfassendes Weiterbildungsangebot, Hospitationen in anderen Verlagsbereichen und Redaktionen erweitern den Horizont, Seminare und spezielle Veranstaltungen im Kreis der Trainees lassen Netzwerke entstehen.

Stipendiaten

Nach der Ausbildung an die Universität – Stipendien als wichtiger Baustein der internen Nachwuchsförderung

Das Stipendiatenprogramm wendet sich an qualifizierte, engagierte und zielstrebige kaufmännische, technische oder journalistische Auszubildende des Unternehmens, die nach der Beendigung ihrer Ausbildung studieren wollen, um anschließend weitere qualifizierte Aufgaben zu übernehmen.

Die Axel Springer AG fördert Stipendiaten für die Dauer der Regelstudienzeit. In den Semesterferien arbeiten sie in den Fachbereichen der Verlags- und Druckhäuser. Nach Abschluss des



Stipendiaten- und Traineetreffen: Hans-Christian Haarmann und John-Christoph Pernitt während der Gruppenarbeit

Studiums binden sich die Stipendiaten für mindestens drei Jahre an das Unternehmen.

Für das Unternehmen stellt das Stipendiatenprogramm seit vielen Jahren ein erfolgreiches Instrument und einen weiteren Baustein der internen Nachwuchsförderung dar. Den Stipendiaten, die auf diese Weise während ihres Studiums einen intensiven Kontakt zum Unternehmen halten, eröffnen sich im Anschluss beste Perspektiven in Fach- und Führungspositionen.

Verkaufsakademie – BestSeller

Verkaufstalente entdecken und qualifizieren

Axel Springer setzt auf die innovative Fortbildung von Nachwuchskräften im Anzeigenverkauf sowie den Aufbau des internen Nachwuchses in den Anzeigenabteilungen.

Das BestSeller-Programm und dessen Vorläufer Sales Force wurden entwickelt, um Verkaufstalente zu entdecken und branchenübergreifendes Know-How zu vermitteln. In 14 Monaten lernen die Teilnehmer zentrale Fachabteilungen sowie regionale Verkaufsbüros kennen und werden in Seminaren geschult. Großen Wert wird auch auf die Bewertung der Leistung in den einzelnen Stationen anhand definierter Skills gelegt. In persönlichen Gesprächen erhalten die Teilnehmer detailliertes Feedback.

Berufsbegleitende Fortbildungen

Sich durch qualifizierte Fortbildung neuen beruflichen Herausforderungen stellen

Das Unternehmen unterstützt die Initiative von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich berufsbegleitend qualifizieren wollen und bereit sind, neue berufliche Herausforderungen anzunehmen.

Im Rahmen der berufsbegleitenden Fortbildung können sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Verlages daher zu staatlich geprüften Verlagsfachwirten/-innen und Medienfachwirten/-innen (IHK), Kommunikationswirten/-innen (KAH) sowie Fachwirten/-innen Direktmarketing (DDV) qualifizieren. Das Qualifizierungsprogramm für Assistenten/-innen, Sekretäre/-innen und Mitarbeiter/-innen mit kaufmännisch-verwaltenden Tätigkeiten beinhaltet unter anderem die Fortbildung zum/zur geprüften Managementassistenten/-in (SAK).

Junge Profis

Jährliche Nachwuchstagung fördert projektorientiertes Arbeiten und innerbetriebliche Netzwerke

Seit 2003 organisiert die Personalentwicklung jedes Jahr im Herbst eine große Nachwuchstagung für ca. 150 Junge Profis des Hauses. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer – Fach- und Führungskräfte bis 35 Jahre – werden von den Führungskräften für die Veranstaltung nominiert. Während der Tagung bearbeiten sie in standort- und abteilungsübergreifenden Teams Projekte und haben dabei Gelegenheit, ihre Fähigkeiten zu beweisen, Kontakte zu knüpfen und die Ergebnisse ihrer Arbeit mit den Vorgesetzten zu diskutieren.



Junge Profis diskutieren mit Vorstandsmitgliedern

Mentoring

Förderung und Entwicklung des Nachwuchses in Fach- und Führungspositionen

Mentoring ist ein wichtiger Ansatz zur Entwicklung des Nachwuchses in Fach- und Führungspositionen. In Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis „Chancengleichheit“ wurde dieses Programm 2004 etabliert, um die Qualifikation der Mitarbeiter zu fördern, den Anteil der Frauen in Führungspositionen zu erhöhen und die interne Kommunikation zu verbessern.

Unter Mentoring wird ein Prozess verstanden, in dem eine erfahrene und um Hierarchiestufen höherstehende Führungskraft (Mentorin bzw. Mentor) die berufliche und persönliche Entwicklung einer jungen Nachwuchskraft (Mentee) unterstützt. Zu den Aufgaben einer Mentorin bzw. eines Mentors gehören fachliche Beratung, Feedback zum persönlichen Verhalten und Auftreten der/des Mentee sowie die Einführung in formelle und informelle Netzwerke.

Das zwölfmonatige Mentoring-Programm der Axel Springer AG soll der/dem Mentee helfen, eigene persönliche und fachliche Kompetenzen zu stärken, sowie Unterstützung bei der beruflichen Entwicklung und Karriereplanung geben.

Weiterbildung

Bildungsinitiative

Qualifizierte Weiterbildung für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Hauses

Das Bildungsmanagement der Axel Springer AG bietet den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Hauses passgenaue Qualifizierungsmaßnahmen an – im redaktionellen, kaufmännischen und technischen Bereich.

Die Weiterbildungsangebote decken ein breites Themenspektrum ab: Neben Seminaren zu Schlüsselqualifikationen wie Projektmanagement, Kommunikationstechniken, Präsentations- und Moderationstechniken sowie Fachthemen, z. B. BWL für Nicht-BWLER, bietet das Bildungsmanagement auch Fremdsprachen- und EDV-Kurse an. In Englisch- und Russischkursen auf unterschiedlichen Niveaustufen können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Kenntnisse auf den neusten Stand bringen. Dasselbe gilt auch für die modular aufgebauten EDV-Kurse: Sie helfen, sich punktgenau und schnell zu qualifizieren.

Zusätzlich zum Seminarprogramm, das allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern offensteht, organisiert das Bildungsmanagement in vielen Abteilungen individuelle, auf den konkreten Bedarf der Abteilung ausgerichtete Veranstaltungen. Schwerpunkte sind Teamentwicklung, kundenorientierte Kommunikation, Verkaufs- und Verhandlungstechniken, Konfliktmanagement sowie journalistische Techniken, z.B. Schreibstil, Themenfindung, Recherche- und Interviewtechniken. In der Regel geht diesen Aktivitäten eine umfangreiche Bildungsbedarfsanalyse voraus, in der der Bedarf der Abteilung in moderierten Workshops detailliert ermittelt wird.

Alle Veranstaltungen werden von erfahrenen Trainern durchgeführt, evaluiert und regelmäßig aktualisiert.

Führungskräfteentwicklung

Hebel für Veränderungen: Förderung von Führungskräften

Führen ist bisher keine eigenständige Disziplin – dennoch sind die Erwartungen und Anforderungen an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Führungsverantwortung hoch. Führungskräfte sind der Hebel für Veränderungen. Nur wenn es ihnen gelingt, ihr Team mit an Bord zu holen, kann der Erfolgskurs eingeschlagen und gehalten werden.

Seit 2004 bietet das Unternehmen Seminare für Nachwuchskräfte in Fach- und Führungspositionen sowie für erfahrene Führungskräfte an, die auf großes Interesse stoßen. Junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden dabei systematisch auf ihre neue Rolle als Führungskraft vorbereitet, erfahrenen Mitarbeitern eröffnen die Seminare die Möglichkeit, ihr Führungsverhalten zu reflektieren, neue Formen der Führung zu erproben und Veränderungsprozesse bewusst zu gestalten. Veranstaltungen zu Arbeitsrecht und Finanzwissen ergänzen die Führungsseminare. In Planspielen und Case Studies können junge Führungskräfte in die Rolle der Geschäftsführer schlüpfen und ein Unternehmen strategisch und operativ in neue Märkte führen.

Sekretariat und Assistenz

Umfangreiches Weiterbildungsangebot für Sekretariat und Assistenz

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Sekretariat und Assistenz bietet die Axel Springer AG ein umfangreiches Qualifizierungsprogramm an, das aus drei Säulen besteht. In moderierten Workshops wird der Weiterbildungsbedarf der Teilnehmerinnen fachkundig ermittelt. Spezielle Seminare im Rahmen der Bildungsinitiative zu Themen wie „Sicher auftreten und handeln“, „Projekte managen“ oder „Etatbegleitung und Kennzahlen“ unterstützen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrem Berufsalltag.

Daneben wird als zweite Säule eine Fortbildung zum/zur Geprüften Managementassistenten/-in (SAK) angeboten. Sie dauert insgesamt sechs Monate, umfasst die Fächer Managementlehre, Personalwirtschaft sowie Information und Kommunikation und endet mit einer Prüfung an der Akademie für Sekretariat, Assistenz, Kommunikation e.V. (SAK) in Zusammenarbeit mit der Axel Springer AG. Das so erworbene Zertifikat ist bundesweit anerkannt.

Die dritte Säule des Konzepts ist das hausinterne Sekretärinnen-Netzwerk. Hier treffen sich die Kolleginnen und Kollegen jeden zweiten Monat, um sich auszutauschen; nicht nur über ihre tägliche Arbeit, sondern auch über ihre Erfahrungen bei verlagsspezifischen Fortbildungsmaßnahmen und über ihr berufliches Weiterkommen. Jedes Netzwerktreffen ist einem bestimmten Thema gewidmet. Fachvorträge und Diskussionen erweitern den Blick über die Abteilungsgrenzen hinaus und helfen, Zusammenhänge zu erkennen und Kontakte zu knüpfen.

Aktuelles Thema

Strategien, Planungen und Perspektiven für die Zukunft im Unternehmen vermitteln

Wie erschließt die Axel Springer AG neue Märkte und stellt damit die Weichen für den Erfolg von morgen? Welche nationalen und internationalen Engagements verfolgt das Unternehmen im Bereich Elektronische Medien, Fernsehen, Multimedia und Telekommunikation? Mit Themenkomplexen dieser Art hat die Personalentwicklung unter dem Titel „Aktuelles Thema“ eine feste Einrichtung geschaffen, um die Kommunikation zwischen Führungskräften und Mitarbeitern zu fördern.

Führungskräfte aus dem Hause erläutern anhand von Beispielen aus der Praxis Konzepte, Strategien, Planungen und Perspektiven, die für die Zukunft des Unternehmens oder die Entwicklungen in der Branche von Bedeutung sind. Die Veranstaltungen bieten den Mitarbeitern des Unternehmens damit die Möglichkeit, ihren Informationsstand über das Unternehmen und seine Aktivitäten zu erweitern und über künftige Veränderungsprozesse auf dem Laufenden zu sein.



Steffen Naumann, Vorstand Finanzen und Dienstleistungen, erläutert Überlegungen der Unternehmensleitung

Chancengleichheit

Arbeitskreis Chancengleichheit

Erfolgsfaktor Familie: Auszeichnung durch das Familienministerium

Seit 1997 existiert der Arbeitskreis Chancengleichheit, der mit je vier Vertretern der Unternehmensleitung und des Betriebsrates paritätisch besetzt ist.

Gemeinsam werden Ziele definiert und realisiert. Daraus resultieren bisher folgende Aktivitäten:

- Familienservice: kostenlose Beratung zu Fragen der individuellen Kinderbetreuung
- Eldercare: kostenlose Beratung über Pflegemodelle und zu Fragen der Finanzierung der Pflegebedürftigkeit älterer Angehöriger
- Unterstützung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Elternzeit: Angebote zur Qualifizierung und beruflichen Weiterbildung
- „Notfall-Kindergarten“: In Kooperation mit anderen Unternehmen wird unter der Regie der pme Familienservice GmbH Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in unvorhersehbaren Situationen für die Kinderbetreuung ein kostenloser Notfall-Kindergartenplatz geboten.

Für ihre an Chancengleichheit ausgerichtete Personalpolitik ist die Axel Springer AG mehrfach ausgezeichnet worden: 1999 erhielt das Unternehmen das Prädikat „Total E-Quality“. 2001 wurde diese Auszeichnung für die Fortsetzung und Weiterentwicklung der Personalpolitik erneut verliehen.

Frauen in der Wirtschaft

Vernetzung über Unternehmensgrenzen hinweg

Seit 1999 ist die Axel Springer AG als erstes Medienunternehmen Mitglied im Forum Frauen in der Wirtschaft. Derzeit setzt sich dieses Forum aus Beauftragten für Chancengleichheit und Diversity Managerinnen und Managern 20 namhafter deutscher Großunternehmen zusammen. Bei regelmäßigen Treffen tauschen sie Erfahrungen aus, unterstützen sich bei der Durchsetzung gemeinsamer Ziele, erarbeiten zusammen Strategien und geben ihr Know-How auf dem Gebiet der Chancengleichheit und Diversity weiter.

Netzwerke

Berufliche und private Vorteile durch systematische Pflege von Kontakten

„Networking“ dient der systematischen Pflege eines Kontaktnetzes, von dem seine Mitglieder beruflich wie privat profitieren können. Es erlaubt einen gezielten Informationsaustausch und unterstützt bei der Durchsetzung eigener Ideen.

Erfahrungsaustausch für Frauen in Fach- und Führungspositionen: Das hausinterne Netzwerk von Frauen für Frauen mit Fach-



Zu einem gelungenen Netzwerktreffen gehört auch ein persönliches Gespräch in lockerer Atmosphäre. Von links nach rechts: Anke Petersen, Frauke Hundermark und Gaby Klein

und Führungsverantwortung wurde im Jahr 2001 in Hamburg gegründet und ist an den Arbeitskreis Chancengleichheit angebunden. Seit 2006 gibt es auch ein Netzwerk in Berlin. Für die Teilnehmerinnen besteht die Möglichkeit, sich über berufliche Erfahrungen auszutauschen und bei fachlichen Herausforderungen vom Wissen der Kolleginnen zu profitieren. Außerdem werden durch das Netzwerk das Kennenlernen untereinander und die bereichsübergreifende Kommunikation gefördert.

Bereichsübergreifendes Netzwerk für Sekretariat und Assistenz: Dieses interne Netzwerk in den Verlagshäusern Hamburg und Berlin besteht aus einem Kreis von Assistenten/-innen, Sekretär/-innen und Mitarbeiter/-innen, die im kaufmännisch-verwaltenden Bereich tätig sind.

Durch die unterschiedlichen Berufs- und Lebenserfahrungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bildet das Netzwerk ein interessantes Forum zum Austausch bei beruflichen Fragen und Herausforderungen verschiedenster Art. Bei den regelmäßigen Treffen erhalten die Beteiligten Informationen aus erster Hand über den Verlag und einen Einblick in den Aufgabenbereich ihrer Kolleginnen und Kollegen. Durch die regelmäßigen Zusammenkünfte entsteht außerdem die Möglichkeit, bereichsübergreifend zu kommunizieren, in Projekten zu arbeiten und Kontakte zu knüpfen.

Girls' Day

Erste Einblicke in die Verlagsarbeit helfen bei der beruflichen Orientierung

2006 beteiligte sich die Axel Springer AG bereits zum vierten Mal an der bundesweiten Initiative „Girls' Day – Mädchenzukunftstag“. Die Aktion wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert. Ziel ist es, die nächste Frauengeneration gezielt an technische und technikhnahe Berufe heranzuführen. Im letzten Jahr hatten erstmals auch Jungen die Gelegenheit, ihren Müttern und Vätern bei der Arbeit über die Schulter zu schauen und sich so frühzeitig beruflich zu orientieren.

Bei Axel Springer erhielten die Töchter und Söhne der Mitarbeiter sowohl in den Verlagshäusern Hamburg und Berlin sowie in den Druckhäusern Ahrensburg und Spandau umfangreiche Informationen über das Unternehmen und die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten. Das Angebot reicht von technischen Berufen wie Druckerin, Industriemechanikerin und Mediengestalterin für Digital- und Printmedien bis hin zu diversen kaufmännischen Ausbildungsberufen. Die Mädchen und Jungen hatten beim Besuch der Eltern am Arbeitsplatz auch die Möglichkeit, durch persönliche Gespräche mit ihren Eltern und deren Kollegen direkten Einblick in den Arbeitsalltag zu erhalten.



Elisabeth Händel, Personalleitung Berlin und Personalentwicklung, erläutert die Arbeit im Verlag. Von links nach rechts: Lina Schäffler, Burcak Akman, Selen Ertug, Elisabeth Händel, Seda Ertug

Ideenmanagement

Kettwiger Kollegen im Glück

Der große Ideenwettbewerb ist entschieden: Unter mehr als 250 Einsendern wurden die Gewinner ermittelt.

Der Einladung zum schöpferischen Vergnügen, die das Ideenmanagement und SPRINGER AKTUELL im Februar ausgesprochen hatten, waren mehr als 250 Mitarbeiter gefolgt: Alle Verbesserungsvorschläge, die von Februar bis Juni eingereicht und prämiert wurden, nahmen am großen Gewinnspiel teil. Aus den 20 Top-Vorschlägen aller Standorte zog Glücksfee Petra Pulver, Betriebsratsvorsitzende Berlin, am 23. September im Axel-Springer-Haus Berlin den glücklichen Gewinner des ersten Preises, ein Wochenende für zwei in einem 5-Sterne-Wellnesshotel. Weitere attraktive Sachpreise warteten auf die Gewinner der Plätze zwei bis fünf, die anschließend unter allen prämierten Verbesserungsvorschlägen gezogen wurden. Die faustdicke Überraschung: Die Gewinner kommen samt und sonders aus Kettwig! Darunter auch zwei Teams, die sich ihren Preis aber keineswegs teilen müssen. Florian Nehm, Referat Nachhaltigkeit und Koordinator des Ideenmanagements, gab spontan bekannt: „Wir verdoppeln die betreffenden Preise, damit keiner leer ausgeht.“



Schöne Bescherung in Kettwig (v. l.): Werkleiter Horst Caspar, die Gewinner Peer Usbek, Karsten Thomas, Michael Haferkamp, Rolf Schruhl, Rainer Krief, Ingo Boetzel und Ideen-Manager Klaus Koenen

Reinigung Turbowalzen

Verbesserungsvorschlag verlängert Reinigungsintervall – 6.654 Euro Prämie für die Kollegen!

In der Offsetdruckerei Spandau erfolgte bisher alle fünf Wochen eine Reinigung der 136 Turbofeuchtwerke der fünf Druckmaschinen. Damit waren vier Mitarbeiter beschäftigt. Andreas Meissner aus der Rotation und seine Kollegen Andreas Gabriel, Martin Gräfe, Martin Haseloff, Frank Holzkämper, Jozsef Horvath, Michael Kapsch, Michael Mlodoch, Uwe Plentz, René Rausch und Sven Rieck sowie Torsten Kirscht aus der Werkstatt fanden, das könne weniger aufwendig geregelt werden. Ihre Idee: Warum nicht eine Neubeschichtung der 136 Turbosprühwalzen und acht Reserveexemplare? Dann kann das Reinigungsintervall auf mindestens zehn Wochen verlängert werden. Eine Lösung, aus der sich ein berechenbarer Nutzen von 66.548 Euro ergibt. Zwölf Kollegen erhielten daraufhin eine Prämie von insgesamt 6.654 Euro.

Der Öko-Effekt macht's

Verbesserungsvorschlag optimiert Wiederverwendung – 1.040 Euro Prämie für die Kollegen!

In der Weiterverarbeitung der Offsetdruckerei Ahrensburg werden Vorprodukte bis zur weiteren Verarbeitung auf sogenannte Diskträger aufgerollt. Sie werden dabei von mitlaufenden Bändern gehalten, die mitunter auch reißen. Weil dann ein Band für den weiteren Aufrollvorgang nicht mehr lang genug ist, wurde es bisher komplett abgewickelt und entsorgt. Norbert Lehmhagen und Reinhold von Wahnem aus der Weiterverarbeitung haben darum eine praktikable Klebelösung vorgeschlagen, die es ermöglicht, den Rest des Bandes wiederzuverwenden. Der Vorschlag wurde bereits realisiert und hat einen erheblichen ökonomischen und ökologischen Effekt: Die berechnete Einsparung beträgt 4.800 Euro. Der Effekt für Norbert Lehmhagen und Reinhold von Wahnem ist nicht weniger erfreulich: Sie teilen sich die Prämie von insgesamt 1.040 Euro

Auf Prämie programmiert

Verbesserungsvorschlag automatisiert Bearbeitung von Rücklastschriften – 856,80 Euro Prämie!

Ina Petrick ist Kontoführerin in der Gruppe Abo-Zeitschriften der Vertriebsbuchhaltung in Hamburg. Immer wenn bezahlte Rückläufer aus dem Banklastschriftverfahren zeitaufwendig manuell bearbeitet werden mussten, fragte sie sich, ob das nicht weniger aufwendig und schneller erledigt werden könnte. Sie hatte die Idee zu einer ergänzenden Änderung in der Programmierung, die es nun ermöglicht, diesen Prozess zu automatisieren. Die berechnete Einsparung für den Zeitraum von zwei Jahren beträgt 4.284 Euro, und Ina Petrick freut sich über eine Prämie von 856,80 Euro.

Eine Goldgrube für beide Seiten

Bei der Zahl der eingereichten Vorschläge liegt die Druckerei in Berlin-Spandau vorn

urch realisierte Verbesserungsvorschläge konnte das Unternehmen Axel Springer schon viele Millionen Euro einsparen. Mitarbeiter erhalten dafür zum Teil hohe Prämien. Aber ein funktionierendes Ideenmanagement ist noch viel mehr – nämlich ein Gradmesser des Verhältnisses zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

„Nur zufriedene und motivierte Mitarbeiter bringen sich aktiv in diesen Prozess ein“, weiß Stephanie Bräutigam, Personalreferentin im Druckhaus Spandau und dort für das Ideenmanagement zuständig. Mit durchschnittlich etwas mehr als 1,09 Vorschlägen pro Mitarbeiter rangierte Spandau mit an der Spitze der Axel Springer-Standorte.

Das Erfolgsrezept? „Man muss den Kollegen das Gefühl geben, dass ihre Vorschläge prinzipiell willkommen sind“, sagt Stephanie Bräutigam, „selbst wenn sie sich als nicht praktikabel erweisen...“

Alles eitel Sonnenschein also? Nicht ganz. Stephanie Bräutigam: „Zum einen müssen wir bei der Begutachtung der Vorschläge schneller werden. Nach Einführung unseres neuen Internet-Tools hat sich die Bearbeitungszeit zwar auf durchschnittlich etwas mehr als 30 Tage verkürzt, unser Idealziel ist es aber nach wie vor, 21 Tagen zu erreichen.“

Untersuchungen des Deutschen Instituts für Betriebswirtschaft (DIB) haben ergeben, dass bei Verbesserungsvorschlägen der Grundsatz gilt: Quantität erzeugt Qualität. Oder wie Stephanie Bräutigam es ausdrückt: „Manchmal fühlen wir uns wie Goldgräber. Man muss viel Sand durchsieben – aber wenn etwas gefunden wird, lohnt es sich richtig.“



Personalreferentin Stephanie Bräutigam vom Druckhaus Berlin-Spandau freut sich über den Erfolg des Ideenmanagements

Mitarbeiter international

Kindergeschenke und Weiterbildung

Über die Sozialleistungen der Axel Springer AG für ihre Mitarbeiter im Ausland

Auch an ihren ausländischen Standorten bietet die Axel Springer AG ihren Mitarbeitern wichtige Sozialleistungen.

Im Bereich Weiterbildung übernimmt zum Beispiel „Axel Springer Polska“ die Kosten für Englisch- und Deutsch-Sprachkurse. Eine Sozialkommission, die aus drei von allen Mitarbeitern gewählten Mitgliedern besteht, entscheidet u.a. über die Verwendung der Mittel aus dem betrieblichen Sozialfonds.

In Ungarn gehört Axel Springer mit zu den attraktivsten Arbeitgebern. Hier wurde das Unternehmen bereits mehrfach von der ungarischen Pressegewerkschaft für seine Sozialleistungen ausgezeichnet. Auch hier übernimmt das Unternehmen die Kosten für Sprachkurse in Deutsch und Englisch. Und zu Weihnachten gibt es vom Nikolaus Geschenke für die Kinder der Mitarbeiter.



Axel Springer publiziert weltweit mehr als 150 Zeitungen und Zeitschriften

Kennzahlen Soziales 2005

Die Zahl der Konzern-Mitarbeiter

Durchschnittlicher Personalbestand		
Tätigkeitsgruppen	2004*	2005
Redakteure	3.139	3.224
Angestellte	5.483	5.357
Facharbeiter	5.483	1.006
Fachhilfsarbeiter	807	579
Gesamt	10.700	10.166
Inland	8.589	7.867
Ausland	2.111	2.299
Gesamt	10.700	10.166

* gemäß Geschäftsbericht 2005

Personalbestand	2005
Standorte Inland	
Hamburg	3.296
Ahrensburg Offset	524
Essen-Kettwig	490
Berlin	1.672
Spandau	409
München	333
Außenorte Inland	1.149
Standorte Inland Gesamt	7.867
Ausländische Tochtergesellschaften	
Tschechien	78
Russland	170
Schweiz	101
Polen	538
Ungarn	927
Spanien	137
Frankreich	327
Ausland AG (sonstige Mitarbeiter der AG im Ausland)	21
Ausland Gesamt	2.299
Gesamt	10.166

Aufteilung der Mitarbeiterzahlen nach Geschlecht.

	2003		2004		2005	
	m	w	m	w	m	w
Redakteure	1.920	1.113	1.957	1.182	2.034	1.190
Angestellte	2.690	2.944	2.586	2.897	2.456	2.901
Gewerbliche	2.067	215	1.897	181	1.445	140
Gesamt	6.677	4.272	6.440	4.260	5.935	4.231
Summe	10.949		10.700		10.166	

Krankenzeiten

	2003	2004	2005
Redakteure	2,9%	3,0%	3,2%
Angestellte	4,0%	3,8%	4,1%
Facharbeiter	6,4%	6,1%	6,7%
Fachhilfsarbeiter	8,8%	9,0%	9,7%
Gesamt	4,5%	4,3%	4,5%

Unfallstatistiken (deutsche Standorte)

Unfallstatistik Verlagshaus Berlin 2005		
meldepflichtige Arbeitsunfälle	1000-Mann-Quote	Unfallschwere
3	1,71	6,00
Unfallstatistik Verlagshaus Hamburg 2005		
meldepflichtige Arbeitsunfälle	1000-Mann-Quote	Unfallschwere
6	2,2	14,33
Unfallstatistik Druckstandort Spandau 2005		
meldepflichtige Arbeitsunfälle	1000-Mann-Quote	Unfallschwere
18	9,7	21,39
Unfallstatistik Druckstandort Ahrensburg 2005		
meldepflichtige Arbeitsunfälle	1000-Mann-Quote	Unfallschwere
21	37,7	14,5
1000-Mann-Quote = $1000 \times \text{meldepfl. Unfälle} / \text{Gesamt Mitarbeiterzahl}$ Unfallschwere = Ausfalltage/Anzahl der Unfälle		

Durch meldepflichtige Arbeitsunfälle bedingte Ausfalltage	
Druckhaus Spandau	385
Druckhaus Essen-Kettwig	195
Offsetdruck Ahrensburg	304
Gesamt	894

Durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit

Geschäftsjahr	2003	2004	2005
Betriebszugehörigkeit	12,9 J.	13,1 J.	12,7 J.

Durchschnittliches Alter (Deutschland)

Geschäftsjahr	2003	2004	2005
Durchschnittliches	42,7 J.	42,8 J.	42,8 J.

Anzahl der Tarifmitarbeiter

Tarifmitarbeiter Stand 31.12.2005	
Gewerbliche Druckindustrie	1.086
Angestellte	
Redakteure	
Gesamt	



Führungskräfte im Druckhaus Spandau beraten über Möglichkeiten zur Optimierung der Produktionsabläufe

Gesellschaft



Zu diesem Foto:

Edda Fels, Leiterin Unternehmenskommunikation, übergibt bei der Spendengala von BILD und ZDF einen Scheck der Axel Springer AG zugunsten der Flutopfer in Asien.

Über das gesellschaftliche Engagement der Axel Springer AG finden Sie hier u.a. Informationen zu sozialen Projekten einzelner Titel wie z.B. „Ein Herz für Kinder“ (BILD) und „Von Mensch zu Mensch“ (HAMBURGER ABENDBLATT).

GRI-Leistungskriterien

Produktverantwortung

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung „SO“ in den GRI-Nummern steht für „Society“ (Gesellschaft).

Informationen zum Bereich „Gesellschaft“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Beziehungen zur Gemeinde		
Beschreibung der Auswirkungen auf das gesellschaftliche Umfeld. Beschreibung des Vorgehens für Stakeholder Dialoge	SO1	An den eigenen Standorten setzt sich das Unternehmen für gute Beziehungen zu Anwohnern und Gemeinden ein. Als Kunde von Druckpapierherstellern in zahlreichen Ländern informiert sich der Verlag über die sozialen, ökonomischen und ökologischen Rahmenbedingungen der Forstwirtschaft sowie der Zellstoff- und Papierproduktion. Das Unternehmen steht in sechs Ländern mit zahlreichen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) im kontinuierlichen Dialog.
Bestechung und Korruption		
Beschreibung von Managementsystemen und Ahndungsmechanismen hinsichtlich Bestechung und Korruption (inkl. Einhaltung der Richtlinien der „OECD Convention on Combating Bribery“)	SO2	Chefredakteure und Verlags-geschäftsführer von Axel Springer haben sich über Standards zur Wahrung journalistischer Unabhängigkeit abgestimmt. Die Journalisten bei Axel Springer ...berichten grundsätzlich nicht über nahe stehende Personen in Text und Bild. ... nutzen ihre Berichterstattung nicht, um sich oder anderen Vorteile zu verschaffen. ... nehmen keine Geschenke an, die den Charakter einer persönlichen Vorteilsnahme haben. ...stellen gemeinsam mit dem Verlag sicher, dass eine Trennung von Anzeigen und Redaktion gewahrt wird.
Politische Unterstützungen		
Beschreibung von Politik und Prozessen der politischen Lobbyarbeit und politischer Mitwirkung	SO3	Axel Springer unterstützt keine politischen Parteien.

Produktverantwortung

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung PR in den GRI-Nummern steht für „Product Responsibility“ (Produktverantwortung).

Informationen zum Bereich „Produktverantwortung“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Konsumentengesundheit und -sicherheit		
Beschreibung der Politik zur Erhaltung der Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten beim Gebrauch der Produkte	PR1	Nicht relevant, da keine Schädigung der menschlichen Gesundheit durch Zeitungen / Zeitschriften bekannt ist
Produkte und Dienstleistungen		
Zielvorstellungen, Managementsysteme und Ahnungsmechanismen zur Produktinformation und Produktkennzeichnung	PR2	Axel Springer setzt sich seit Jahren dafür ein, dass die Papierkette nicht nur am Ende beim Altpapier, sondern auch schon am Anfang beim Holz ökologisch optimiert wird. Die Waldnutzungsstandards und die Öko-Siegel FSC und PEFC spielen bei den Einkaufs- und Lieferantentscheidungen eine große Rolle.
Schutz der Privatsphäre		
Beschreibung von Politik und Prozessen zum Datenschutz von Kundeninformation	PR3	www.axelspringer.de/datenschutz.htm

Für Versöhnung

Erinnerung, Verantwortung und Zukunft

Aussöhnung zwischen Juden und Deutschen ist wichtiger Bestandteil der Unternehmenssatzung

Axel Springer, der seinen Verlag 1946 gründete, hat bis zu seinem Tod 1985 große Anstrengungen für die Aussöhnung zwischen Juden und Deutschen unternommen. Dieses Engagement ist Bestandteil der Unternehmenssatzung und wird durch zahlreiche Projekte bis heute mit Leben erfüllt. Ungeachtet der Tatsache, dass weder der Name Ullstein noch der Name Axel Springer mit Zwangsarbeit in Verbindung gebracht werden können, bekennt sich der Verlag Axel Springer mit dem Beitritt zur Stiftungsinitiative „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“ zu seiner moralischen Verpflichtung zur Entschädigung ehemaliger NS-Zwangsarbeiter.

Mit der Initiative „Partners in Tolerance“ unterstützt der Verlag seit 1998 die Arbeit der „Shoah Foundation“ von US-Regisseur Steven Spielberg, die u. a. für Schulen in Deutschland eine CD-ROM über den Holocaust entwickelt hat.



„Erinnern“, die CD-ROM der Shoah Foundation

Ein Herz für Kinder

Die Hilfsaktion der BILD-Zeitung

Aus einer Idee wurde eine einzigartige Erfolgsstory: Vielen Tausenden Kindern konnte schon geholfen werden

Es begann 1978. Axel Springer hörte im Radio, dass in Deutschland jährlich fast 1.500 Kinder bei Verkehrsunfällen ums Leben kommen. Der Verleger beschloss zu handeln und gründete die große Hilfsaktion der BILD-Zeitung: „Ein Herz für Kinder“.

Seitdem hat „Ein Herz für Kinder“ eine einzigartige Erfolgsstory geschrieben. In vielen Tausenden Fällen wurde geholfen. Schnell und unbürokratisch. In den Krisengebieten der Welt, aber auch in unserem Land. Ampeln, bessere Verkehrserziehung und Anschnallpflicht senkten die Zahl tödlich verunglückter Kinder drastisch. Das Symbol, der rote „Ein Herz für Kinder“-Sticker, klebt auf Millionen Autos.

Aktuell unterstützt die Aktion u. a. ein Krebsforschungsprojekt des Universitätsklinikums Eppendorf in Hamburg, baut ein neues Waisenhaus in Malachowa und finanziert ein Projekt für Aidsweisen in Tansania.

Gala 2005

Exakt 8.894.585 Euro bis Mitternacht: Das ist das sensationelle Ergebnis der von Thomas Gottschalk moderierten „Ein Herz für Kinder“-Spendengala, die am

17. Dezember 2005 live im ZDF aus der Ullstein Halle des Berliner Axel-Springer-Hauses übertragen wurde. Die gesammelten Gelder fließen in Hilfsprojekte zugunsten notleidender Kinder in Deutschland und auf der ganzen Welt.



„Ein Herz für Kinder“ stellte für verschiedene Projekte in Israel insgesamt 1,175 Millionen Euro zur Verfügung. Damit steht die Hilfe für Kinder und Jugendliche, die in Israel Terroropfer geworden sind, im Mittelpunkt der Unterstützung.

So erhielt die Terroropfer-Hilfsorganisation „Almagor“ eine Spende von 275.000 Euro. Damit wird traumatisierten Kindern geholfen, ebenso Eltern, die durch einen Terroranschlag ihre Kinder verloren haben. Die jüdisch-arabische Schule der Jerusalem Foundation erhielt 450.000 Euro für den Bau eines dringend benötigten Kindergartens. Dort sollen schon die Kleinsten lernen,



den Hass zu besiegen. Außerdem finanzierte die Hilfsaktion einen Erweiterungsbau für das Waisenhaus Bet Elazraki in Netanya einen Erweiterungsbau mit 450.000 Euro. Kinder“-Spendengala, die am 17. Dezember 2005 live im ZDF aus der Ullstein Halle des Berliner Axel-Springer-Hauses übertragen wurde. Die gesammelten Gelder fließen in Hilfsprojekte zugunsten notleidender Kinder in Deutschland und auf der ganzen Welt.

Mehr Informationen gibt es bei:

EIN HERZ FÜR KINDER
im Verein „BILD hilft“ e.V.

Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Fax: +49 (0) 40 3 47-2 33 32
E-Mail: bildhilft@bild.de

Von Mensch zu Mensch

50 Jahre Nächstenliebe

**Leser haben Sorgen, das HAMBURGER ABENDBLATT hilft.
Und das Woche für Woche**

Arbeitslosigkeit, Armut, Krankheit, Schmerzen – jeden Tag hat Renate Schneider es mit neuen Problemen von Lesern zu tun. Die gebürtige Berlinerin, ausgezeichnet mit dem Bundesverdienstkreuz und der Senatsmedaille „für treue Arbeit im Dienste des Volkes“ leitet das Ressort seit mehr als 20 Jahren. Die Aktion „Von Mensch zu Mensch“ etablierte sich unter ihrer Leitung als hanseatische Institution. Seit 1975 gehört auch der Verein „Kinder helfen Kindern“ dazu.

Etwa 30 Hilfesuchende melden sich täglich per Telefon, rund 50 schreiben. Nicht jeder Fall muss spektakulär sein. Für jeden findet die Redaktion eine individuelle Antwort. Therapeuten, Ärzte, Psychologen und Pastoren helfen dabei. Die Seite „Von Mensch zu Mensch“ erscheint seit 1952 an jedem Sonnabend.

Mehr als acht Millionen Euro gingen bisher auf den Spendenkonten ein. Weil das HAMBURGER ABENDBLATT sämtliche Verwaltungskosten trägt, gehen die Spenden ohne Abzug an die Hilfesuchenden. Zehntausenden Menschen, darunter 50.000 Kindern, konnte so schon geholfen werden.

2005: 30 Jahre „Kinder helfen Kindern“

**Mit neun Millionen Euro und unermüdlichem Einsatz für
bedürftige Jungen und Mädchen**

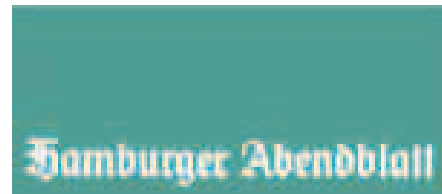
Die Axel-Springer-Passage Hamburg stand am Morgen des 7. September 2005 ganz im Zeichen der Kinder: der 1975 vom HAMBURGER ABENDBLATT gegründete Verein „Kinder helfen Kindern“ feierte dort sein 30jähriges Bestehen und die Ausstellung zum Lesekistenwettbewerb für Grundschüler, der vom HAMBURGER ABENDBLATT unterstützt wird, fand erstmals im Abendblatt-Center der Axel-Springer-Passage statt.

Christian Delbrück, erster Vorsitzender des Vereins und Vorsitzender der Verlagsgeschäftsführung HAMBURGER ABENDBLATT: „Neun Millionen Euro an Spenden für bedürftige Jungen und Mädchen, das ist eine beeindruckende Zahl. Aber mindestens genauso beeindruckend ist der unermüdliche Einsatz aller Menschen, die sich für ‚Kinder helfen Kindern‘ einsetzen.“

Zum Lesekistenwettbewerb, einer vom HAMBURGER ABENDBLATT von Beginn an unterstützten Aktion der Hamburger Öffentlichen Bücherhallen und der Behörde für Bildung und Sport, zeigte eine Ausstellung rund 40 Exponate von Hamburger Grundschulern, die unter dem Motto „WörterSchatzsuche“ entstanden waren.

Kontakt:

Die Redaktion „Von Mensch zu Mensch“ ist erreichbar unter Fax +49 (0) 40 - 3 47 2 57 10 oder unter der Adresse des Hamburger Abendblatts, Axel-Springer-Platz 1, 20350 Hamburg.



Renate Schneider ist die gute Seele der Aktion

Berliner helfen e.V.

Notlagen gemeinsam begegnen



Helfen auch Sie: Unterstützen Sie Menschen in Not mit Aufmerksamkeit, Taten und Spenden.

Eine Krankheit, ein Unfall, ein Brand, der Verlust von Angehörigen - nur einige der Unglücke, die das gewohnte Leben auf den Kopf stellen. Jeder von uns kann unverschuldet plötzlich in eine Notlage geraten, die er aus eigener Kraft nicht bewältigt. Jeder Einzelne soll sich dann auf ein aktives Miteinander verlassen können.

Berliner-helfen.de ,eine Aktion der Berliner Morgenpost.

Kontakt:

Berliner Morgenpost
Berliner helfen e.V.
z.Hd. Sabine Sans
Postfach 3110
10888 Berlin
Tel: +49 (0) 30 25 91-7 38 19
Fax:+49 (0) 30 25 91-7 38 18
E-Mail: kontakt@berliner-helfen.de

Engagement

Über 40 Millionen Euro für Flutopfer

4. Januar 2005: Spendengala „Wir wollen helfen – Ein Herz für Kinder“ erbrachte Rekordsumme

Eine Rekordsumme von mehr als 40 Millionen Euro spendeten die Deutschen bei der von BILD und ZDF veranstalteten Spendengala zugunsten der Flutopfer in Asien. Unter dem Motto „Wir wollen helfen – ein Herz für Kinder“ riefen die Moderatoren Johannes B. Kerner und Steffen Seibert live aus Berlin zum Spenden auf.

Neben vielen kleinen Geldbeträgen gab es auch beeindruckende Großspenden: Formel-1-Weltmeister Michael Schumacher spendete 7,5 Millionen Euro, die Deutsche Bank eine Summe von 10 Millionen Euro. Verschiedene deutsche Großunternehmen wie Lidl, Deutsche Post und DaimlerChrysler stellten je 1 Million Euro für die Hilfe zur Verfügung.

Partner von BILD und ZDF sind die großen Hilfsorganisationen DRK, Caritas international, Diakonie, UNICEF und die Deutsche Welthungerhilfe, die im „Aktionsbündnis Katastrophenhilfe“ zusammenarbeiten.

YAM! hilft Flutopfern

2005: Zehn Cent von jedem verkauften Heft für die Opfer der Flutkatastrophe in Südostasien

Der Erlös ging an die Hilfsorganisation von BILD „Ein Herz für Kinder“ zugunsten der Flutopfer in Südostasien.

Kinder und Jugendliche waren in besonderer Weise vom Seebeben und von der Flutkatastrophe in Südostasien betroffen. Tausende haben ihre Eltern verloren, sind Halb- oder Vollwaisen geworden und stehen vor einer mehr als ungewissen Zukunft. Deshalb entschloss sich YAM!, das Jugendmagazin aus dem AS Young Mediahouse, spezielle Hilfsprojekte für Minderjährige in Not finanziell zu unterstützen.

Der Verlag spendete von jedem verkauften Heft der YAM!-Ausgabe 3/05 (EVT 12.1.2005) 10 Cent für die Opfer der Flutkatastrophe in Südostasien. Das Geld ging in voller Höhe an die Hilfsorganisation von BILD „Ein Herz für Kinder“.

Aktion Restgeld

Seit fast 20 Jahren Unterstützung von Projekten der Deutschen Welthungerhilfe

Bereits seit 1987 unterstützen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Axel Springer AG mit der „Aktion Restgeld“ die Deutsche Welthungerhilfe bei zahlreichen Projekten. Mit den Spenden aus dem Restgeld, die sich im Laufe der Jahre auf rund 300.000 Euro belaufen, wurde Menschen in Not geholfen.

Die für den Einzelnen kleinen Beträge haben in den vergangenen Jahren große Wirkung gezeigt. Allein für das Jahr 2003 sind durch das Engagement der Mitarbeiter von Axel Springer und eine Spende des Unternehmens insgesamt 25.000 Euro an die Deutsche Welthungerhilfe geflossen.



Edda Fels, Leiterin Unternehmenskommunikation, bei der Spendengala „Ein Herz für Kinder“



Jedes Jahr legen Betriebsrat und Geschäftsleitung fest, welches Projekt mit der Spende der Axel Springer AG gefördert werden soll. 2003 ging das gespendete Geld – wie bereits im Vorjahr – an die nichtstaatliche indische Entwicklungshilfeorganisation „Social Work and Research Centre“ (SWRC). In Kooperation mit der Deutschen Welthungerhilfe ermöglicht sie in 50 Dörfern des indischen Wüstenstaates Rajasthan Bildungsprogramme für Schulkinder.

Info: www.welthungerhilfe.de

HÖRZU unterstützt Tiger-Schutzprogramm

Per Abonnement das Schutzprojekt des WWF zur Rettung der letzten Sumatra-Tiger fördern

August 2004: HÖRZU machte Neuabonnenten ein interessantes Prämienangebot: Jeder Neuabonnent konnte Deutschlands größte wöchentliche Programmzeitschrift HÖRZU beauftragen, 50 Euro direkt für ein Tiger-Schutzprojekt des World Wide Fund For Nature (WWF) im indonesischen Sumatra einzusetzen. Ziel ist, die Rettung der letzten Sumatra-Tiger zu unterstützen.

„Mit diesem ideellen Prämienangebot beschreitet HÖRZU als erste deutsche Zeitschrift neue Wege, die eine gezielte Förderung der WWF-Schutzaktion in Sumatra möglich machen“, erläutert Jochen Beckmann, Verlagsgeschäftsführer Programmzeitschriften.

Dr. Peter Prokosch, Geschäftsführer des WWF-Deutschland: „Für den Sumatra-Tiger ist es fünf vor zwölf. Wir freuen uns, dass wir mit HÖRZU einen Partner gefunden haben, der mit dem WWF für das Überleben der majestätischen Katzen eintritt.“

Die besten Schülerzeitungen

BERLINER MORGENPOST zeichnete die besten Berliner Schülerzeitungen aus

20.1.2005 im Axel-Springer-Haus Berlin: Gemeinsam mit der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Sport zeichnete die BERLINER MORGENPOST die besten Schülerzeitungen Berlins aus. 60 Schulen hatten an dem Wettbewerb teilgenommen, der in vier Kategorien vergeben wurde.

Die Preisträger, die von einer Jury aus der Schulverwaltung, dem Verein „Junge Presse Berlin“ und der BERLINER-MORGENPOST-Redaktion ermittelt wurden, erhalten Geld- und Bücherpreise.



Pro Abo 50 Euro für Tigerschutz (Quelle: WWF Indonesien)

Ökologie



Zu diesem Foto:

Im Konzerncontrolling koordiniert Kirsten Hintz – in Abstimmung mit den Standorten – die Erstellung der Umweltkennzahlen.

In diesem Bereich können Sie unsere Umweltkennzahlen einsehen, sich über das Controlling im Unternehmen Axel Springer informieren sowie die Umweltstandards unserer Druckstandorte kennen lernen.

GRI-Leistungskriterien 2005

Ökologische Indikatoren

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung EN in den GRI-Nummern steht für „Environmental“ (ökologisch).

Informationen zum Bereich „Ökologie“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Material		
Gesamter Materialverbrauch (außer Wasser)	EN1	Den gesamten Materialverbrauch können Sie der Stoff- und Energiebilanz entnehmen. www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/gri_kriterien/stoffbilanz_2003-2005.pdf
Verarbeitung von Material, das behandelte oder unbehandelte Abfall aus externen Quellen ist	EN2	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/papier.html#Altpapieranteile
Energie		
Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Art der Quelle	EN3	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/energie.html
Indirekter Energieverbrauch: Energieaufwand für Produktion und Lieferung der verbrauchten direkten Energie	EN4	Der indirekte Energieverbrauch wird nicht erfasst. Allerdings werden die aus der Primärenergie-Bereitstellung resultierenden CO ₂ -Emissionen erfasst und berichtet. Die Systemgrenze für die Input-Output-Bilanz bildet die Axel Springer AG.
Wasser		
Gesamtes Abwasseraufkommen	EN5	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/wasser.html
Biodiversität		
Lage und Größe der genutzten Fläche in besonders artenreichen Habitaten	EN6	Dieser Indikator ist nicht relevant, da die Produktionsstandorte in Gewerbegebieten angesiedelt sind, in denen keine artenreichen Habitate existieren. Im Jahr 2000 wurde am Druckstandort Ahrensburg ein Renaturierungsprojekt durchgeführt.
Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen von Betrieb, Produkten und Service auf die Biodiversität.	EN7	Zu dieser Frage veröffentlichte der Verlag die Studien „Bewertung ökologischer Lebensläufe von Zeitungen und Zeitschriften“ sowie „Ökologische Verbesserungen in der Papierkette“.
Emissionen, Abwässer und Abfälle		
Emission von Treibhausgasen	EN8	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/emissionen.html
Emission ozonschädigender Gase	EN9	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/emissionen.html

Emissionen an die Luft	EN10	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/emissionen.html
Abfall (Menge / Art der Deponierung, Verbrennung)	EN11	www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/oekologie/abfall.html
Emissionen in Abwässern (Öle/Fette, TSS, COD, BOD, Metalle, schwer abbaubare organische Chemikalien)	EN12	Die Abwasserqualität wird laufend überprüft und entspricht den gesetzlichen Vorschriften.
Bedeutsame Mengen verschütteter Chemikalien, Öle und Treibstoffe	EN13	Im Betrachtungszeitraum 2004/2005 wurden keine bedeutsamen Mengen verschüttet.
Produkte und Dienstleistungen		
Signifikante Umweltauswirkungen der Produkte in jedem Stadium des Lebenszyklus	EN14	Dazu veröffentlichte der Verlag die Studien „Bewertung ökologischer Lebensläufe von Zeitungen und Zeitschriften“, „Ökologische Verbesserungen in der Papierkette“ sowie „User-friendly Environmental Data for Paper Rolls“.
Rücknahme gebrauchter Produkte	EN15	Nicht verkaufte Zeitungen und Zeitschriften werden von den Grossisten (bzw. dem Auslieferer) zurückgenommen. Über 80 Prozent der Zeitungen und Zeitschriften werden nach Gebrauch durch die Leser dem Recycling zugeführt.).
Strafen für Nichteinhaltung von anzuwendenden internationalen Erklärungen, Konventionen, Abkommen und nationalen, regionalen und lokalen Regulierungen bezüglich Umweltfragen	EN16	Im Betrachtungszeitraum wurden keine derartigen Strafen verhängt. Die Axel Springer AG hält alle gesetzlichen Vorschriften ein bzw. geht teilweise sogar über entsprechende Regelungen hinaus (z.B. deutliche Unterschreitung von Grenzwerten im Lösemittelbereich).

Technik und Logistik

Mit umfangreichen Investitionen in Technologie, Logistik und Vertrieb sichert sich die Axel Springer AG ein Höchstmaß an Flexibilität, Qualität und Unabhängigkeit.

Die Zeitungen und Zeitschriften von Axel Springer werden sowohl in Druckereien des Konzerns als auch im Fremdauftrag hergestellt: Die Offsetdruckereien der Axel Springer AG in Ahrensburg, Essen-Kettwig und Spandau sind mit modernster Technologie ausgerüstet und bedienen die Kernmärkte Berlin, Hamburg und Nordrhein-Westfalen. In diesen Ballungsräumen wird der Großteil der Zeitungen des Verlages verkauft. Teilauflagen werden außerdem in Fremddruckereien im In- und Ausland produziert. Neben Titeln der Axel Springer AG stellen die Offsetdruckereien Produkte anderer Verlage im Lohndruck her.

Die Tiefdruckbetriebe der Axel Springer AG in Ahrensburg und Darmstadt sind seit 2005 Teil des neugegründeten Gemeinschaftsunternehmens Prinovis, in dem Axel Springer, Arvato und Gruner + Jahr ihre deutschen Tiefdruckaktivitäten zusammengeführt haben. Ein Druckereibetrieb in Liverpool, Großbritannien, nimmt 2006 die Produktion auf. Als größter Illustrationsdruck-Konzern in Europa hält Prinovis flexible Kapazitäten für den Druck von Zeitschriften wie HÖRZU, BILD der FRAU und TV DIGITAL vor.

Damit alle Zeitungen und Zeitschriften den Leser pünktlich erreichen, verfügt Axel Springer über ein komplexes Vertriebsnetz mit mehr als 110 000 Verkaufsstellen in ganz Deutschland. Zusätzlich werden immer wieder neue Absatzwege erschlossen.

Axel Springer vertreibt Presse auf nationalen und auf internationalen Märkten. Die Tochtergesellschaft ASV Vertriebs GmbH wickelt weltweit den Vertrieb für Zeitungen und Zeitschriften überwiegend anderer Verlage ab. Darüber hinaus ist die Axel Springer AG an mehreren nationalen Presse-Großhandelsunternehmen sowie Presse-Importgesellschaften in Osteuropa beteiligt

Zur Erweiterung der Postgeschäfte haben die Verlage Axel Springer, Georg von Holtzbrinck und WAZ ihre Aktivitäten auf dem Markt für Postdienstleistungen gebündelt und gemeinsam mit der Rosalia AG das Unternehmen PIN Group AG für die bundesweite Briefzustellung gegründet.

Controlling

Umweltcontrolling

Grundlage für Vergleiche der Ressourceneffizienz und Frühwarnsystem zur Aufdeckung von Schwachstellen

Neben Steuerung und Information gehört die Generierung spezifischer Umweltkennzahlen zu den wesentlichen Aufgaben des Umweltcontrollings. Die Kennzahlen verdichten Umweltdaten auf eine überschaubare Anzahl und erleichtern damit die Planung von Verbesserungen sowie die frühzeitige Entdeckung von Schwachstellen im System. Wenn zum Beispiel das Abfallaufkommen einer Druckerei gegenüber dem Vorjahr steigt, kann umgehend mit der Forschung nach Ursachen begonnen werden und Maßnahmen zur Verbesserung können durchgeführt werden. Umweltkennzahlen erfüllen somit die Funktion eines Frühwarnsystems. So kann auch die Wirksamkeit von Maßnahmen in den verschiedenen Produktionsstandorten verglichen werden.

Mit dieser Formel werden bei Axel Springer die spezifischen Umweltkennzahlen für die Druckstandorte berechnet:

Stoff- und Energieflüsse geteilt durch die

bedruckte Papierfläche

= Ressourceneffizienz

Kennzahlen der Stoff- und Energieflüsse: Die Effizienzkennzahlen der Stoff- und Energieflüsse drücken aus, wie viel Papier, Druckfarbe, Energie und Wasser je Quadratmeter bedruckter Fläche im Berichtszeitraum an jedem Druckstandort eingesetzt wurden. Auch für Abfall und Luftemissionen werden diese Kennzahlen gebildet.

EDV für die Stoff- und Energiebilanz: EDV-Systeme zur Bereitstellung von Umweltdaten werden Umweltinformationssysteme (UIS) genannt. Für die Stoff- und Energiebilanz nutzt die Axel Springer AG die bereits vorhandenen Materialdaten aus SAP/R3. Alle wesentlichen Materialstammdaten der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe werden einem Umweltkonto in der Betriebsbilanz zugeordnet. Die Materialeingänge werden monatlich in das UIS übernommen.

EG-Öko-Audit

Alle Druckstandorte validiert

Seit 1995 gibt es das europäische EG-Öko-Audit-System auch in Deutschland. Es handelt sich dabei um eine freiwillige Überprüfung der organisatorischen Umweltschutzmaßnahmen nach ökologisch relevanten Anforderungen an den Produktionsstandorten. Die nach EG-Öko-Audit validierten Standorte veröffentlichen alle drei Jahre ein Umweltprogramm mit konkreten Verbesserungsplänen. Die Umsetzung wird von unabhängigen Gutachtern überwacht. Als erste Druckerei Europas wurde das Druckzentrum Ahrensburg schon im November 1995 validiert. Die Registrierung trägt die Nummer DE-S-150-00001. Auch die Druckstandorte Berlin-Spandau und Essen-Kettwig sind validiert.

Das Vorgehen nach EG-Öko-Audit

1. **Umweltpolitik:** Festlegung und Einhaltung von Grundsätzen, nach denen die Herstellung der Konzernprodukte auch nach ökologischen Erfordernissen optimiert werden sollen
2. **Umweltauswirkungen:** Erfassung aller umweltrelevanten Inputs (Rohstoffe, Energie, Wasser) und Outputs (Produkte, Abfälle, Emissionen) zur Bilanzierung und Ableitung von Verbesserungspotenzialen
3. **Umweltbetriebsprüfung:** externe Kontrolle des Umweltmanagements und der Zielerreichung
4. **Umweltprogramm:** Festlegung neuer Ziele und Maßnahmen mit Zeitrahmen bis zur nächsten Prüfung
5. **Umwelterklärung:** Veröffentlichung der Entwicklung und Umsetzung der Punkte 1 bis 4 (in der Regel alle drei Jahre)



Auszubildende gestalten unter Anleitung die zweite Öko-Audit-Erklärung für den Druckstandort Ahrensburg

Umwelterklärungen als pdf-Dateien:

„Aktualisierte Umwelterklärung Druckzentrum Ahrensburg 2004“ (184 KB)
www.axelspringer.de/inhalt/umwelterklaerung_ah_2004.pdf

„Aktualisierte Umwelterklärung Offsetdruckerei Essen-Kettwig 2005“ (3 MB)
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/pdf/umweltrkl-kett-001.pdf

„Umwelterklärung Druckhaus Spandau 2005“ (1 MB)
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/inhalte/pdf/spandau-erkl-99.pdf

Die Umwelterklärungen der zertifizierten Druckstandorte des Axel Springer Verlages können über die Faxnummer (040)-3 47-2 61 30 oder über E-Mail: nachhaltigkeit@axelspringer.de angefordert werden.

Systemgrenzen

Was betrachtet dieser Nachhaltigkeitsbericht?

Für eine externe Prüfung der Angaben ist eine Definition der Bilanzierungsgrenzen erforderlich

Alle im Kapitel Ökologie dargestellten Daten und Erläuterungen zu den ökologischen Auswirkungen beziehen sich ausschließlich auf die eigenen Zeitungsdruckereien in Ahrensburg, Berlin-Spandau und Essen-Kettwig („eigene Werke“) sowie die Verlagsstandorte Berlin und Hamburg (nur verlagseigene Gebäude).

Im Folgenden sind Erläuterungen zu besonderen Systemgrenzen bei einzelnen Umweltkennzahlen dargestellt.

Energie:

Energieverbrauch an fremdbezogenem Strom, Fernwärme, Brennstoffen für Gebäudeheizung bzw. Gebäudekühlung sowie Treibstoffe z.B. für Gabelstapler

Wasser:

Abwasseranfall einschließlich Sanitärwasser

CO₂-Emissionen:

Treibhausgasemissionen: Direkte Emissionen aus der Verbrennung fossiler Energieträger für Gebäudeheizung bzw. Gebäudekühlung und den Betrieb von Gabelstaplern. Die Bilanzierung erfolgt als CO₂-Äquivalente (CO₂ = 1, CH₄ = 21, N₂O = 310)

Die indirekten Emissionen (CO₂-Äquivalente) beziehen sich auf die externe Bereitstellung der Energieträger, insbesondere Strom und Fernwärme. Die Emissionen wurden mithilfe eines durch die Infrac AG erstellten Emissionsmodells errechnet. Das Emissionsmodell wurde 2001 und 2004 aktualisiert, so dass die Darstellung der Emissionen mit der in früheren Berichten nicht direkt vergleichbar ist.

Abfälle:

Gesamtmenge der erzeugten Abfälle, einschließlich der Wertstoffe

Papier:

Der Papierverbrauch und die Kennzahl „bedruckte Fläche“ beziehen sich auf die in den eigenen Druckereien eingesetzten Papiermengen, einschließlich des Papiers, das von Kunden für Druckaufträge fremder Titel gestellt wurde. Die Angaben zur eingekauften Papiermenge, zur Papierqualität und zum Papiertransport beziehen sich auf die Gesamtmenge des von der Axel Springer AG eingekauften Druckpapiers, einschließlich der Stellung von Papier für den Druck von eigenen Titeln in fremden Druckereien.

Energie

Bedarf je m² Zeitung um 17,4 Prozent gesunken

Insgesamt Anstieg des Energiebedarfs u.a. durch höhere Auslastung am Verlagsstandort Berlin

Der Energiebedarf des Unternehmens (Druck- und Verlagsstandorte) ist im Vergleich der Jahre 2003 bis 2005 um 4,4 Prozent von 147.931 auf 154.492 MWh angestiegen. Dem Rückgang des Energieverbrauchs um 3,4 Prozent an den Druckstandorten steht eine Steigerung um 13,3 Prozent an den Verlagsstandorten gegenüber.

Hauptgrund für diese Entwicklung ist die höhere Auslastung Verlagsstandort Berlin: Die Zunahme der Vermietungen, die erfolgreiche Auslastung der öffentlichen Gastronomie sowie zahlreiche Sonderveranstaltungen in der Axel-Springer-Passage und der Ullstein-Halle haben den Bedarf an Fernwärme (+57,8 Prozent) und Strom (+115,7 Prozent) ansteigen lassen.

Die Anteile der Energiearten am Gesamtbedarf der Druckstandorte verschoben sich wie folgt: Der Stromanteil nahm relativ um 16,5 Prozent ab, der relative Anteil fossiler Energieträger (Erdgas, Erdöl) sank um 18,5 Prozent.

Spezifische Kennzahl: Der Energieverbrauch je Quadratmeter bedruckter Fläche ist im Vergleich 2003 bis 2005 um 17,4 Prozent gesunken.

Der Rückgang hat verschiedene Ursachen.

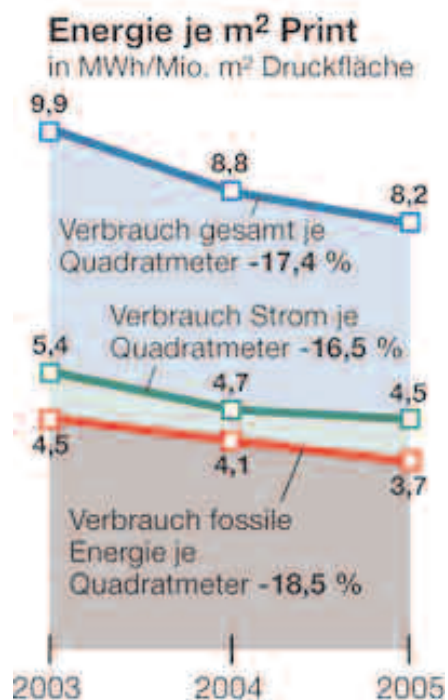
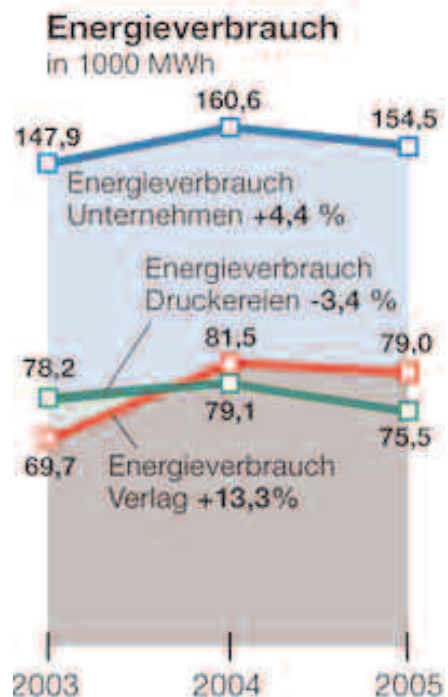
Beispiel Druckhaus Berlin-Spandau:

- intelligente Nutzung der im Produktionsprozess erzeugten Energie. So wird u.a. Maschinenabwärme für die Heizung im Verwaltungsbereich genutzt. Damit verringert sich eine getrennte Erzeugung von Wärme. Auch das große, für den Brandschutz vorgeschriebene Sprinklerbecken wird zunehmend und mit guten Ergebnissen als Wärme- und Kältespeicher genutzt.
- Durch den Einbau neuer Lüftungs-„Schnorchel“ (CTP-Direktbelüftung) werden die Plattenbelichtungsanlagen (mit temperaturempfindlicher Lasertechnik) und der große Produktionsraum jetzt voneinander getrennt erwärmt beziehungsweise gekühlt. Für den großen Produktionsraum ergibt sich daraus eine erhebliche Reduzierung des Energiebedarfs.

Beispiel neue Druckerei Essen-Kettwig:

- neue, deutlich energieeffizientere Lüftungsanlagen zur Kühlung bzw. Heizung der Produktionshallen

Maßnahmen zur Energie-Optimierung: Optimierung des Energiemanagement-Systems. Dabei werden Anlagen auch für kurze Zeit (ca. 10 Minuten) abgeschaltet, um kostspielige Spitzenleistungen zu vermeiden. Durch die so gewonnenen Erkenntnisse werden für die kommenden Jahre weitere Energieeinsparungen erwartet.



Hier finden Sie weiterführende Informationen (als pdf-Datei) zur Entwicklung des Energiebedarfs:
www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/pdf/energie.pdf

Schmutzwasser

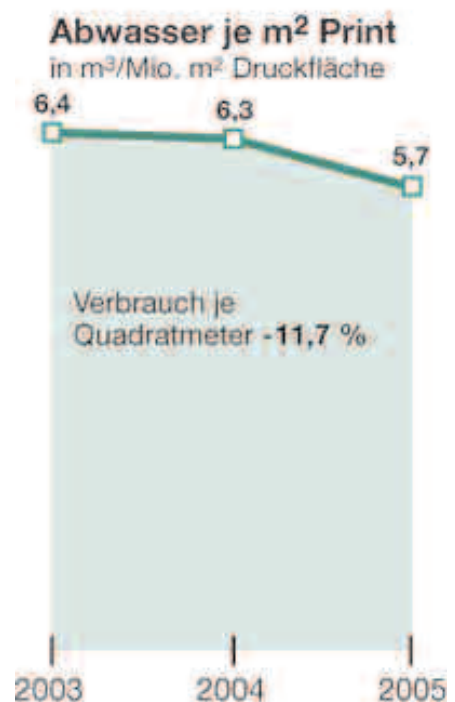
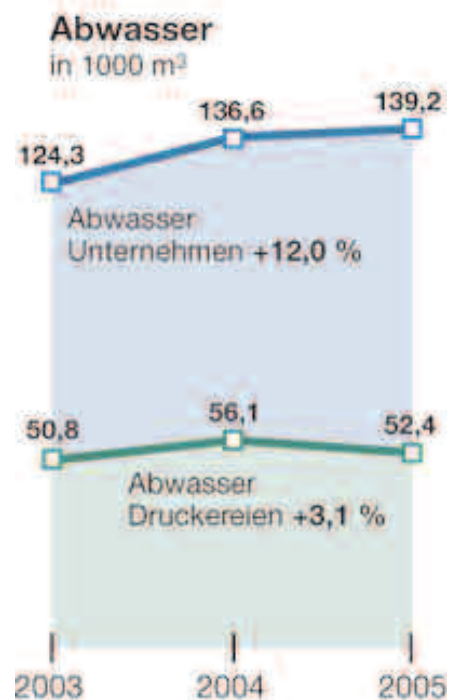
Aufkommen je m² Zeitung gesunken

Insgesamt Anstieg der Schmutzwassermenge u.a. durch höhere Auslastung am Verlagsstandort Berlin

Die Schmutzwassermengen in Kubikmetern im Gesamtunternehmen sind im Zeitraum 2003 bis 2005 um 11,9 Prozent gestiegen. Hauptursache dieser Steigerung ist die mehr als verdoppelte Schmutzwassermenge am Verlagsstandort Berlin. Gründe dafür sind die Zunahme der Vermietungen, die erfolgreiche Auslastung der öffentlichen Gastronomie sowie zahlreicher Sonderveranstaltungen in der Axel Springer Passage und der Ullstein-Halle.

Spezifische Kennzahl: Das Schmutzwasservolumen pro Quadratmeter bedruckter Fläche ist um 11,7 Prozent gesunken.

Beigetragen haben dazu Maßnahmen wie zum Beispiel die Inbetriebnahme eines Regenwasserbeckens am Druckstandort Berlin-Spandau.



Hier finden Sie weiterführende Informationen (als pdf-Datei) zur Entwicklung des Energiebedarfs:
www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/pdf/abwasser.pdf

CO₂

CO₂-Emissionen je m² Zeitung gesunken

Aber: höhere Auslastung am Verlagsstandort Berlin treibt CO₂-Emissionen in die Höhe

Treibhausgase: Bei der Emission von Treibhausgasen (CO₂-Äquivalente) wird zwischen direkten und indirekten Emissionen unterschieden. Direkte Emissionen fallen vor allem bei dem Betrieb eigener Feuerungsanlagen zur Erzeugung von Wärme bzw. Strom an (Beispiel: Blockheizkraftwerk am Druckhaus Berlin-Spandau). Die indirekten Emissionen resultieren aus der Bereitstellung des fremdbezogenen Stroms und der Fernwärme.

Im Vergleich der Jahre 2003 bis 2005 stiegen die Emissionen von Treibhausgasen des Unternehmens um drei Prozent. Die Emissionen der Druckstandorte nahmen um fünf Prozent ab. An den Verlagsstandorten nahmen die Emissionen hingegen um 11,7 Prozent zu.

Hauptursache für diese Entwicklung ist der Verlagsstandort Berlin (+102,6 Prozent). Hintergrund ist der gestiegene Wärme- und Strombedarf durch Zunahme der Vermietungen, die erfolgreiche Auslastung der öffentlichen Gastronomie sowie zahlreiche Sonderveranstaltungen in der Axel-Springer-Passage und der Ullstein-Halle.

Spezifische Kennzahl: Je Quadratmeter bedruckte Papierfläche sanken die direkten und indirekten Treibhausgasemissionen (CO₂-Äquivalente) um 18,7 Prozent.

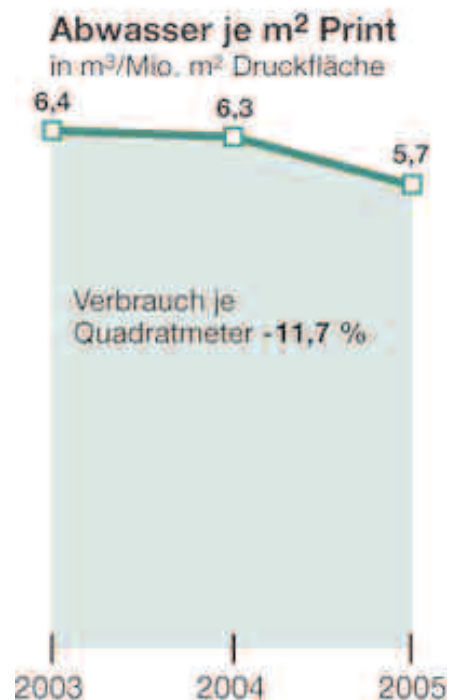
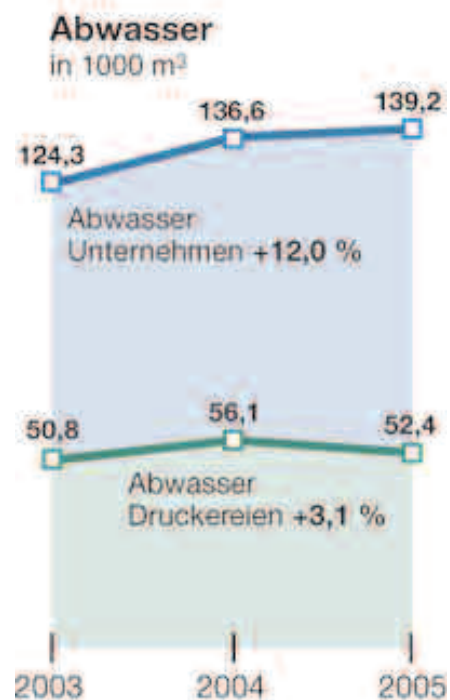
Ursache für diese Abnahme sind erfolgreiche Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs.

Beispiel neue Druckerei Essen-Kettwig:

neue, deutlich energieeffizientere Lüftungsanlagen zur Kühlung bzw. Heizung der Produktionshallen.

Maßnahmen zur Energieoptimierung: Optimierung des Energiemanagementsystems. Dabei werden Anlagen auch für kurze Zeit (ca. 10 Min.) abgeschaltet, um kostspielige Spitzenleistungen zu vermeiden. Durch die so gewonnenen Erkenntnisse werden für die kommenden Jahre weitere Energieeinsparungen erwartet.

Erläuterungen	
Emissionen:	Abgabe flüssiger, fester (Staub) oder gasförmiger Stoffe aus technischen Anlagen an Luft und Wasser.
Kohlendioxid (CO₂):	Farb-, geruch- und geschmackloses Gas. Entsteht u.a. bei Verbren-
CO₂-Äquivalente:	Maß für die Treibhauswirkung verschiedener Gase. CO ₂ hat den Wert



Hier finden Sie weiterführende Informationen (als pdf-Datei) zur Entwicklung des Energiebedarfs:
www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/pdf/co2.pdf

Abfall

Abfall je m² Zeitung um 4,7 Prozent gesunken

Senkung der Papiermakulatur – deutlicher Zuwachs überwachungsbedürftiger Abfälle

Abfall reduzieren – selbst bei sparsamstem Umgang mit den Ressourcen fallen in einem großen Unternehmen größere Mengen Abfall an.

Im Jahr 2005 verursachte das Unternehmen insgesamt 22.198 Tonnen Abfall. Davon entfielen 74 Prozent auf die in den Druckereien entstehende Makulatur, die vollständig dem Papierrecycling zugeführt wird.

Makulatur: 16.328 Tonnen Zeitungen wurden 2005 als Altpapier recycelt, da sie den Ansprüchen an die Druckqualität einer Zeitung nicht entsprachen. Gegenüber 2003 nahm die Makulatur um 7,2 Prozent zu. Grund dafür ist der gestiegene Papierdurchsatz sowie die höhere Zahl unterschiedlicher Druckprodukte.

Spezifische Makulaturkennzahl: Je m² bedruckter Papierfläche sank die Makulatur im Vergleich der Jahre 2003 bis 2005 um 8,3 Prozent.

Im Vergleich der Jahre 2003 bis 2005 nahm die Gesamtabfallmenge der Druck- und Verlagsstandorte um 11,3 Prozent zu (plus 2.257 t).

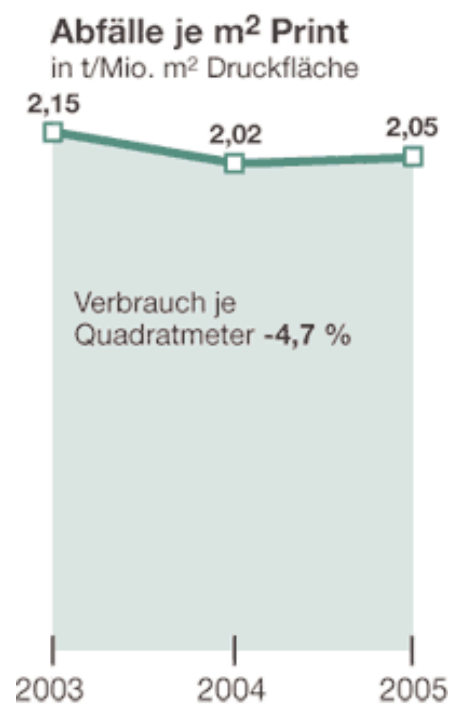
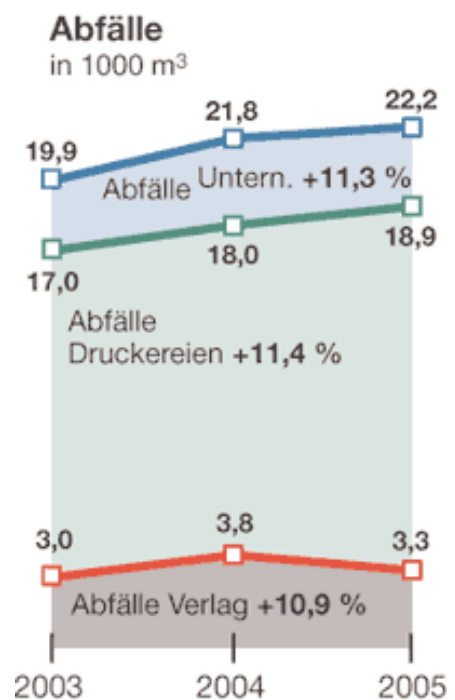
Ein Grund für diese Entwicklung ist der Verlagsstandort Berlin: Die Zunahme der Vermietungen, die erfolgreiche Auslastung der öffentlichen Gastronomie sowie zahlreiche Sonderveranstaltungen in der Axel-Springer-Passage und der Ullstein-Halle haben das Abfallaufkommen – insbesondere Küchenabfälle und Büro-Altpapier – um 74 Prozent anwachsen lassen.

Spezifische Abfallkennzahl: Je Quadratmeter bedruckter Papierfläche nahmen die Abfälle in den Druckstandorten um 4,7 Prozent ab. Hauptgrund für diese positive Entwicklung ist die weitere Verbesserung der Makulaturquoten. Neben der neuen Maschinengeneration und einem effektiven Prozess- und Qualitätsmanagement trägt auch der hohe Ausbildungsstand der Mitarbeiter zu der Verbesserung bei.

Die spezifische Kennzahl für die besonders überwachungsbedürftigen Abfälle ist im Berichtszeitraum 2003 bis 2005 um 18 Prozent gestiegen.

Hauptgrund für diese Entwicklung waren Probleme beim Betrieb der Anlagen zum Recycling technischer Waschmittel an den Druckstandorten Berlin-Spandau und Ahrensburg.

Mit diesen sogenannten technischen Waschmitteln werden die Druckzylinder täglich zwischen den Produktionsläufen gereinigt. Die Häufigkeit der notwendigen Reinigungsprozesse hängt unter anderem von der Zahl der Umrollungen (Schmutzteile bauen sich auf) und von der Anzahl getrennter Produktionsstrecken ab.



Hier finden Sie weiterführende Informationen (als pdf-Datei) zur Entwicklung des Energiebedarfs:
www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/pdf/abfall.pdf

Papier

Senkung der Makulatur erhöht Papiereffizienz

Für eine Million m² verkaufsfähiger Zeitungen müssen 24,9 Tonnen Druckpapier eingesetzt werden

Die Entwicklung des Papierbedarfs wird stark von der wirtschaftlichen Konjunktur beeinflusst. Der Papierdurchsatz der eigenen Zeitungsdruckereien in Deutschland (inklusive des von Druckkunden gestellten Papiers) stieg im Vergleich der Jahre 2003 bis 2005 von 182.100 auf 212.500 Tonnen um 16,7 Prozent.

Spezifische Kennzahl: Mit dieser Zahl soll die Effizienz (bedruckte Fläche je Tonne Papier) bei der Nutzung des Papierrohstoffes ausgedrückt werden. Die dazu gebildete Kennzahl drückt aus, wie viele Quadratmeter bedruckter Zeitungsseiten je Tonne Papier hergestellt worden sind.

So wurden zur Herstellung von 1 Million Quadratmeter bedruckter Zeitungsseiten im Jahr 2003 noch 25,2 Tonnen Papier benötigt – im Jahr 2005 nur noch 24,9 Tonnen. Für jede Million bedruckter Quadratmeter konnten also rund 0,3 Tonnen Papier gespart werden. Auf den gesamten Papiereinsatz bezogen entspricht das in etwa einer Papiereinsparung von 2.700 Tonnen. Bei einem Durchschnittspreis von 460 Euro je Tonne – EUWID 2005 – entspricht das einer Kostenersparnis von 1,2 Millionen Euro.

Diese positive Entwicklung (Senkung der angefallenen Makulatur*) basiert vor allem auf dem hohen technischen Stand der Druckmaschinen sowie der hohen Qualifikation und Aufmerksamkeit der Mitarbeiter. In den vergangenen Jahren hatte auch eine Verringerung der Papiergewichte (Grammaturen) Einfluss auf diese Entwicklung.

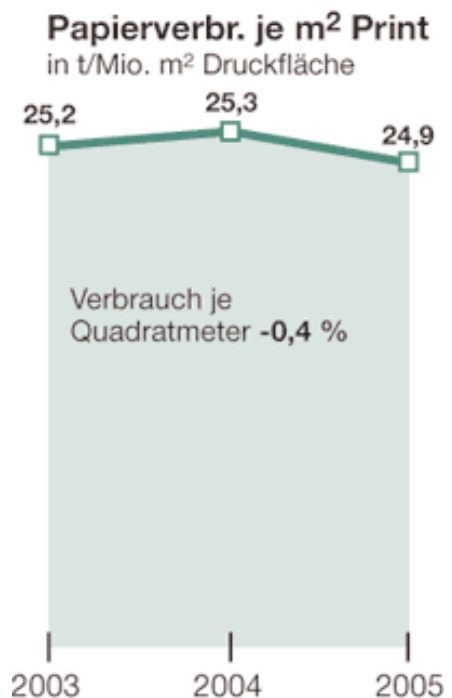
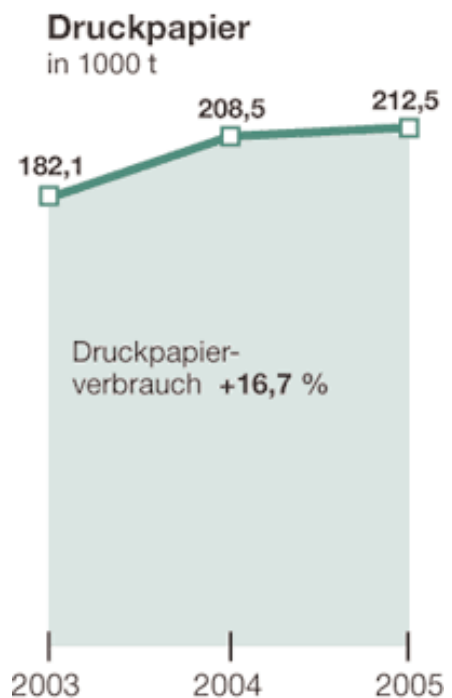
*Makulatur: Insbesondere im Druckwesen wird der Ausdruck Makulatur verwendet, um schadhafte oder fehlerhafte Exemplare zu bezeichnen, die nicht in den Verkauf gelangen dürfen. Dazu gehören aber auch die Rollenverpackung und die Hülsen, auf denen das Papier aufgewickelt ist, sowie bedruckte und unbedruckte Papierreste. Makulatur ist ein begehrter Recyclingrohstoff für die Herstellung neuer Papierprodukte.

Papierrecycling: Mit mehr als 80 Prozent liegt die Verwertungsquote graphischer Altpapiere in Deutschland im EU-Vergleich besonders hoch. Für eine hohe Verwertungsquote graphischer Papiere (dazu zählen Zeitungen und Zeitschriften) unterstützt der Verlag die Ziele der Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA).

In den vergangenen Jahren wurden in Europa eine Reihe neuer, altpapierverarbeitender Papiermaschinen in Betrieb genommen.

Beim Recycling von Altpapier in der Papierfabrik wird ein Teil der Papierfasern unbrauchbar und aussortiert. Um 100 kg Zeitungspapier herzustellen, braucht man etwa 120 bis 125 kg Altpapier. Daher funktioniert dieser Faserkreislauf nur, wenn die Mischung von Frisch- und Altfaser insgesamt stimmt. Daher ist für die Aufrechterhaltung dieses Kreislaufes die Frischfaserzufuhr von zentraler Bedeutung (Siehe dazu auch Film- und Fotodokumentation über den Recyclingprozess).

Mehr als die Hälfte (55 Prozent) der von Axel Springer eingesetzten Druckpapiere enthalten Altpapier. Einzelheiten der Verteilung entnehmen Sie bitte dieser Tabelle:



Hier finden Sie weiterführende Informationen (als pdf-Datei) zur Entwicklung des Energiebedarfs:
www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/pdf/papier.pdf

Allpapier-Anteile der verschiedenen Papiersorten	SZO	AZO/ HAZO	SC	SZT/ AZT	SBT	ASBT	LWC
0%	16	94	67		47	100	51
bis 15%	3						49
20% - 35%			29		53		
40% - 50%	3		4				
55% - 69%	13						
70% - 80%	11	6		80			
90% - 100%	54			20			

SZO:

Standard-Zeitungsdruckpapier Offset

AZT:

Aufgebessertes Zeitungsdruckpapier Tiefdruck

AZO:

Aufgebessertes Zeitungsdruckpapier Offset

SBT:

Spezial-BILD-Tiefdruckpapier

HAZO:

Hoch-Aufgebessertes Zeitungsdruckpapier Offset

ASBT:

Aufgebessertes Spezial-BILD-Tiefdruckpapier

SC:













„supercalandered“ - zwischen den Walzen eines Kalanders
geglättetes (satiniertes), holzhaltiges Papier (Offset / Tiefdruck)

LWC:













„light weight coated“ – leichtgewichtiges, zweiseitig gestrichenes, holzhaltiges Rollendruckpapier

Papier-Herkunft: Die folgende Tabelle gibt einen Überblick der Länder aus denen Druckpapier zentral bezogen wird. Diese Papiertonnage wird in den drei eigenen Druckereien (Ahrensburg, Essen-Kettwig und Spandau) sowie in 26 Fremd-Druckereien im In- und Ausland verarbeitet. Seit 1995 gelten dabei die vom Verlag entwickelten Waldnutzungsstandards. In der Rubrik Kontakte werden die Ansprechpartner für Umweltfragen bei den einzelnen Papierlieferanten dokumentiert.

Mehr als die Hälfte (55 Prozent) der von Axel Springer eingesetzten Druckpapiere enthalten Altpapier. Einzelheiten der Verteilung entnehmen Sie bitte dieser Tabelle:

Herkunft des Pressepapiers der Axel Springer AG 2005 (inklusive Akzidenzien)			
	Land	Tonnen	Prozent
	Deutschland	196.429	42 %
	Schweden	94.601	20 %
	Finnland	52.925	11 %
	Frankreich	38.346	8 %
	Niederlande	21.710	5 %
	Norwegen	19.408	4 %
	Kanada	11.675	3 %
	Russland	15.881	3 %
	Österreich	9.825	2 %
	Schweiz	4.016	1 %
	Belgien	2.650	1 %
	Tschechien	315	0 %
	Gesamt:	468.002	100 %

Waldzertifizierung: Um Holz-, bzw. Papierkunden eine überprüfbare ökologische Qualität zu bieten, haben sich international die Zertifizierungs-Systeme FSC (Forest Stewardship Council) und PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) etabliert. Eine auf eigenen Recherchen basierende Schätzung zeigt die prozentualen Anteile an der Gesamtwaldfläche in den Ländern, aus denen der Verlag Druckpapier bezieht.

Zertifizierte Waldflächen (Schätzung)			
	Land	FSC	PEFC
	Deutschland	6,5 %	66 %
	Schweden	38 %	25 %
	Finnland	0,05 %	96 %
	Frankreich	0,1 %	26 %
	Niederlande	50 %	-
	Norwegen	0,06 %	99 %
	Kanada	6 %	24 %
	Russland	1,2 %	-
	Österreich	0,2 %	99 %
	Schweiz	37 %	99 %
	Belgien	1 %	46 %
	Tschechien	1 %	75 %

Druckfarben

Verbrauch je m² Zeitung gesunken

Größere Umfänge führen insgesamt zu gestiegenem Bedarf an Druckfarbe

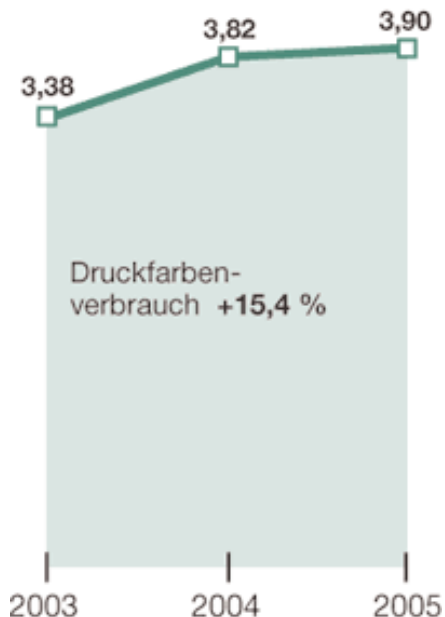
Der Farbenverbrauch der Offsetdruckereien (Zeitungsdruck) ist im Vergleich der Jahre 2003 bis 2005 um 15,4 Prozent von 3.379 auf 3.899 Tonnen gestiegen. Ursache dafür sind die aufgrund der etwas verbesserten wirtschaftlichen Konjunktur vergrößerten Umfänge (Seitenzahl) sowie die dadurch um rund 17 Prozent gestiegene Zahl der bedruckten Quadratmeter Zeitungspapier.

Spezifische Kennzahl Offsetdruck: Der Farbenverbrauch pro Quadratmeter bedruckte Fläche ist in den Offsetdruckereien um 1,3 Prozent gesunken. Diese positive Entwicklung wird u.a. durch den Einsatz stärker pigmentierter Druckfarben gefördert.



Nicht nur effizienter, sondern auch umweltschonender: Mit Millioneninvestitionen werden die Druckereien der Axel Springer AG für die Zukunft fit gemacht

Druckfarben Offset in 1000 t



Farbenverbr. je m² Pr. in t/Mio. m² Druckfläche



Hier finden Sie weiterführende Informationen (als pdf-Datei) zur Entwicklung des Energiebedarfs:
www.axelspringer.de/inhalte/pdf/oekologie/pdf/farbe.pdf

Transport

Zunahme des Bahnanteil

Rückläufige Papierlieferungen aus Kanada und Skandinavien reduzieren den Schiffsanteil

Um die Produktion auch bei Qualitäts- und Lieferproblemen sicherzustellen, werden die Druckereien in der Regel von mindestens zwei Papierlieferanten mit Druckpapier beliefert. Die Entfernungen zwischen Papierfabrik und Druckerei können dabei zwischen 35 Kilometern (Eilenburg - Leipzig) und knapp 7.000 Kilometern (Clermont/Kanada - München) schwanken.

Die deutliche Abnahme der Schiffstransporte im Jahr 2005 ist unter anderem auf den geringeren Anteil der Papierlieferungen aus Finnland und Kanada zurückzuführen. Die Zunahme der Bahntransporte liegt zum einen daran, dass Lieferanten, die viel mit der Bahn transportieren, im Jahr 2005 verstärkt an unsere Druckereien lieferten. Zum anderen haben einige Papierlieferanten mangels Flexibilität der Bahn – zum Beispiel wegen fehlender Waggonkapazitäten und schwer kalkulierbarer Laufzeiten – eine Reihe von Lieferungen auf LKW-Transport umgestellt.



Die meisten Papierrollen gelangen über den Seeweg nach Deutschland

Transportnutzungsanteile in Prozent					
	1998	2000	2002	2003	2004
Schiff	67	62	69	61	48
Bahn	17	21	15	20	31
LKW	18	17	17	19	21

Ökonomie



Zu diesem Foto:

Ausschnitt aus dem **Titelmotiv zum Geschäftsbericht 2005:**

Rhythm is it

Pavel Sticha, 1942 bei Prag geboren, hat die Jazzlegende Lionel Hampton (1908–2002) in den achtziger Jahren in Berlin fotografiert. Dort lebt der Tscheche seit 1968. Er ist bekannt als besonders humorvoll. Es heißt, er könne seine Kamera zwinkern lassen. Aber Humor ist nicht alles. Robert Capa hat gesagt: „Wenn deine Bilder nicht gut genug sind, warst du nicht nah genug dran!“ Sticha war nah genug dran.

Auf den folgenden Seiten können Sie die wirtschaftlichen Kennzahlen der Axel Springer AG einsehen.

GRI-Leistungskriterien 2005

Ökonomische Indikatoren

Diese Tabelle entspricht den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), die seit 1997 Empfehlungen zur international einheitlichen Strukturierung von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt.

Die Abkürzung EC in den GRI-Nummern steht für „Economic“ (ökonomisch).

Informationen zum Bereich „Ökonomie“		
Kernindikator nach GRI	GRI-Nummer	Angaben und Verweise
Kunden		
Erlöse aus dem Verkauf von Dienstleistungen und Produkten	EC1	Geschäftsjahr 2005: Umsatzerlöse: € 2.392,5 Mio. Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf
Geographische Unterteilung der Hauptmärkte nach Verkaufszahlen (nach Staaten)	EC2	Geschäftsjahr 2005: Umsatzerlöse - Inland: € 2.007,8 Mio. - Ausland: € 383,7 Mio. In einzelnen Staaten erwirtschaftete Umsätze werden nicht offen gelegt. Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf
Lieferanten		
Gesamtausgaben für erworbene Güter, Material und Dienstleistungen	EC3	Geschäftsjahr 2005: Gesamtausgaben für erworbene Güter, Material und Dienstleistungen: € 1.514,1 Mio.* <small>*Dieser Betrag setzt sich zusammen aus Materialaufwand, planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen sowie aus sonstigen betrieblichen Aufwendungen.</small> Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf
Anteil der Aufträge, die entsprechend der Vertragsvereinbarung bezahlt wurden	EC4	Die Axel Springer AG erfüllt alle vertraglichen Verpflichtungen im Rahmen der gesetzlichen und vertragsrechtlichen Bestimmungen.
Mitarbeiter		
Monetärer Gegenwert der Gesamtleistungen an Arbeitnehmer	EC5	Geschäftsjahr 2005: Personalaufwand: € 654,9 Mio. Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf

Kapitalgeber		
Zinsen für Verbindlichkeiten, Dividenden	EC6	<p>Geschäftsjahr 2005:</p> <p>Zinsaufwand: € 10,9 Mio.</p> <p>Ausgeschüttete Dividende: € 44,5 Mio.</p> <p>Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf</p>
Veränderung der Gewinnrücklagen im Berichtszeitraum	EC7	<p>Erwirtschaftetes Eigenkapital (= erwirtschaftete Gewinne abzüglich erfolgter Ausschüttungen)</p> <p>Ende 2004: € 860 Mio.</p> <p>Ende 2005: € 1.042 Mio.</p> <p>Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf</p>
Öffentlicher Sektor		
An alle steuererhebenden Behörden bezahlte Steuern	EC8	<p>Geschäftsjahr 2005:</p> <p>Steueraufwand: € 134,6 Mio.</p> <p>Einzelheiten enthält der Geschäftsbericht 2005. Die pdf-Datei finden Sie hier: http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/geschber/05/axelspringer_gb2005_de.pdf</p>
Staatliche Zuschüsse und Unterstützungen	EC9	<p>Im Geschäftsjahr 2005 wurden keine wesentlichen Zuschüsse und Unterstützungen empfangen.</p>
Spenden an die Gemeinschaft, Zivilgesellschaft und andere Gruppen (aufgeschlüsselt nach Geld- und Sachleistungen)	EC10	<p>Informationen zum gesellschaftlichen Engagement der Axel Springer AG finden Sie hier im Internetauftritt unter dem Menüpunkt „Gesellschaft“</p>

Wald und Papier



Zu diesem Foto:

Welche ökologischen Kriterien gelten bei der Papierbeschaffung? ZDF-Umweltkorrespondent Volker Angres im Gespräch mit Herbert Woodtli (rechts), Leiter Zentrales Beschaffungswesen.

Hier können Sie sich über die Waldnutzungsstandards der Axel Springer AG informieren. Erleben Sie, wie eine Zeitung entsteht – vom Holzeinschlag bis hin zum Recycling, dokumentiert in der Bildergalerie „Vom Baum zum Blatt“.

Filme

Projekt „Saubere Holzimporte“ (2005)

Eine internationale Kooperation zur Sicherung sozialer und ökologischer Standards im grenzüberschreitenden Handel mit Holz zur Herstellung von Druckpapier

Bei diesem Vorhaben – dem „Tikhvin-Chalna Project“ – geht es um Nachhaltigkeits-Standards bei der Holzbeschaffung finnischer Papierfabriken aus den Wäldern im Nordwesten Russlands. Projektpartner sind die Verlagshäuser Axel Springer AG (Berlin), Time Inc. (New York) und Random House Group (London), der Getränkekartonhersteller Tetra Pak (Stockholm), der Forst- und Papierkonzern Stora Enso (Helsinki) sowie die beiden russischen Forstbetriebe Russkiy Les aus Tikhvin bei Sankt Petersburg und Shuyales aus Chalna bei Petrozavodsk.

Transparency International (TI), die führende Nichtregierungsorganisation zur Bekämpfung von Korruption, hat für den ersten Projektbericht die Critical Review geschrieben. (Projekt „Saubere Holzimporte“ – Dauer: 13:15 Minuten)

Projekt „Saubere Holzimporte“ (128 KB/s) 14.568 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_128.wm

Projekt „Saubere Holzimporte“ (64 KB/s) 8.242 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_64.wm

„zdf umwelt“ (2005)

Zwei Ausschnitte aus „zdf.umwelt – naturnahes Fernsehen“ vom 23.4.2005 (Originallänge: 30 Minuten)

Film 1 wirft einen Blick in die Druckerei Ahrensburg und skizziert die nachhaltige Wirtschaftsweise schwedischer Papierlieferanten. („Von Schweden nach Ahrensburg“ – Dauer: 6:33 Minuten)

Von Schweden nach Ahrensburg (128 KB/s) 4.883 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_128.wm

Von Schweden nach Ahrensburg (64 KB/s) 2.450 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_64.wm

Film 2 zeigt die Verarbeitung von Altpapierstoffen im Sortierbetrieb. („Recycling“ – Dauer: 2:03 Minuten)

Papierrecycling (128 KB/s) 1.529 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_128.wm

Papierrecycling (64 KB/s) 770 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_64.wm

„Druckpapier“ (2000)

Am Beispiel einer Zeitschrift wird gezeigt, wie die Papierkette vom Wald bis zum Druck ökologisch optimiert wird. („Druckpapier“ – Dauer: 2:08 Minuten)

Druckpapier (128 KB/s) 2.601 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_128.wm

Druckpapier (64 KB/s) 918 KB
www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_64.wm



Projekt-Treffen in der Nähe von Petrozavodsk, Russland



Das zdf zu Gast in unserer Ahrensburger Druckerei



Druckpapier wird sowohl aus frischen Nadelholzfasern als auch aus Altpapier hergestellt

„Recycling“ (2000)

Dieser Film fasst zusammen, wie Altpapier in der Papierfabrik völlig aufgelöst wird. Aus dem recycelten „Faserbrei“ wird neues Druckpapier für Zeitungen hergestellt. („Recycling“ – Dauer: 1:00 Minute)

Recycling (128 KB/s) 1.281 KB

www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_128.wm

Recycling (128 KB/s) 1.281 KB

www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/movies/tikhvin_64.wm

Bilder

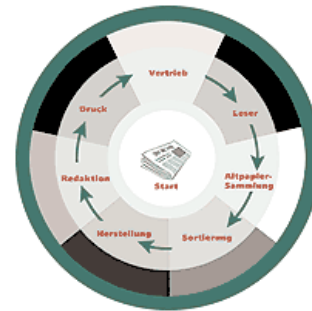
Der Papierkreislauf einer Zeitung

Fotografisch festgehalten, anschaulich illustriert und als Dokumentation ins Web gestellt

Für ihre Leser haben das HAMBURGER ABENDBLATT unter <http://www.abendblatt.de/daten/2005/11/16/503847.html>

und die BERLINER MORGENPOST unter <http://www.morgenpost.de/specials/papierkette/uebersicht.php>

den Papierkreislauf im Internet anschaulich dokumentiert.



Bildergalerie: Vom Baum zum Blatt

Wie eine Zeitung entsteht und wie der Kreislauf der Papierrohstoffe funktioniert

Auf den folgenden Seiten können Sie den Weg einer Zeitung verfolgen - vom Holzeinschlag über die Papiergewinnung und die redaktionelle Entwicklung sowie den Druck bis hin zum Recycling. Der gesamte Kreislauf anhand von Bildern und Kurzinfos.

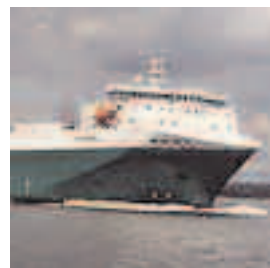
Viel Spaß!



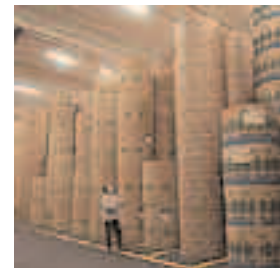
1. Waldnutzung



2. Papierherstellung



3. Papiertransport



4. Papierlagerung



5. Redaktionskonferenz



6. Druck



7. Versand



8. Verkauf



9. Lesevergnügen



10. Altpapierrecycling

Waldnutzung

Druckpapier aus Fichten und Kiefern

Transparenz der Herkunft als wichtige Voraussetzung zur Sicherung ökologischer und sozialer Standards

Nachwachsende Rohstoffe: Druckpapier für Zeitungen und Zeitschriften wird aus den Fasern von Fichten und Kiefern hergestellt. Diese Nadelhölzer für unsere Druckpapiere wachsen im Grüngürtel der nördlichen Erdhalbkugel – gespeist von Wasser, Nährstoffen und Sonnenenergie.

Druckprodukte wie Zeitungen, Zeitschriften und Kataloge werden nach Gebrauch als Altpapier gesammelt und als Rohstoff z.B. für neues Zeitungsdruckpapier eingesetzt. In Deutschland werden etwa 80 Prozent der graphischen Papiere (dazu gehören Zeitungen und Zeitschriften) verwertet. So kommt ein Großteil der Holzfasern mehrfach zum Einsatz.

Eine Fichte ergibt mehr als 37.000 Zeitungsseiten:

Eine Modellrechnung zeigt, dass aus den Fasern einer durchschnittlich großen Fichte aus schwedischer Durchforstung (Alter 30 bis 60 Jahre) insgesamt 37.440 Zeitungsseiten (Papiergewicht 42,5 g pro Quadratmeter, Format 40 x 57 cm) hergestellt werden können. 13 440 Seiten lassen sich allein aus den frischen Holzfasern herstellen. Weitere 24.000 Zeitungsseiten werden durch ihr Recycling gewonnen.



Pressdruckpapier wird vor allem aus Nadelholz hergestellt.

Projektberichte

Innovative, grenzüberschreitende Kooperationen zur Förderung ökologischer und sozialer Standards

„From Russia with Transparency“ (auch „Tikhvin-Project“, 2006): Dokumentiert wird die erste Phase einer Kooperation des Papierherstellers Stora Enso mit den Verlagshäusern Time Inc. (New York), Random House Group (London) und Axel Springer (Berlin) und der Nichtregierungsorganisation „Transparency International“. Ein Schwerpunkt ist die Förderung der Nachhaltigkeit sowie die Bekämpfung von Korruption im grenzüberschreitenden Holzhandel zur Herstellung von Druckpapier.

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/wald_papier/Tikhvin_Project_Report_2005.pdf (PDF, 1,2 MB)

„Tracing Russian Wood Imports“ (2002): In einem Gemeinschaftsprojekt hat Axel Springer mit dem finnischen Papierhersteller UPM-Kymmene und der Otto Gruppe die Holzkette vom Wald in Russland bis zur Papierfabrik in Finnland transparent gemacht. Der Projektbericht „Tracing Russian Wood Imports“ zeigt, wie die Holzimporte aus Russland ökologisch überprüft werden. Hier kommen auch kritische Stimmen der russischen Forstverwaltung sowie der Umweltorganisation Greenpeace-Russland zu Wort.

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/wald_papier/tracing_wood_imports_klein.pdf (PDF, 152 KB)

„Ökologische Verbesserungen in der Papierkette“ (1998): Hier geht es um Hintergründe, Ziele und Umsetzung einer Koopera-

tion der Otto Gruppe und Axel Springer mit 8.900 norwegischen Waldbesitzerfamilien und dem Papierhersteller Norske Skog.

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/wald_papier/opti_short_long12.pdf (PDF, 74 KB)

Waldnutzungsstandards

Seit 1995 wird beim Einkauf von Druckpapier auf sechs leichtverständliche Nachhaltigkeitsindikatoren geachtet

Die Papierlieferanten der Axel Springer AG werden außer nach den Kriterien Produktqualität, zuverlässige Versorgung und marktgerechte Preisen auch nach ökologischen Gesichtspunkten ausgewählt. Dazu wurden schon 1995 sechs Waldnutzungsstandards vereinbart.

1. **Nachhaltigkeit:** Es darf nicht mehr Holz geerntet werden als nachwächst.
2. **Artenvielfalt:** Die Waldnutzung darf Tier- und Pflanzenarten nicht gefährden.
3. **Kontrolle:** Der Papierhersteller soll als Holzeinkäufer Öko-Kontrollen durchführen.
4. **Schulung:** Der Papierhersteller soll für die notwendigen ökologischen Kenntnisse (z.B. bei Waldarbeitern) sorgen.
5. **Ureinwohner:** Der Papierhersteller nimmt auf Ureinwohner (z.B. die Sami in Nordskandinavien) Rücksicht.
6. **Rücksicht.** Offene Information: Der Papierhersteller unterrichtet die Öffentlichkeit über ökologische Fortschritte und Probleme.

Ökologische Gütesiegel: Um für Holz- bzw. Papierkunden eine gute ökologische Qualität garantierbar zu machen, haben sich – nach zum Teil heftigen Debatten – zwei führende Gütesiegel für Holzprodukte etabliert, die sich inzwischen recht ähnlich sind.

<p>FSC (Forest Stewardship Council)</p> <p>Das internationale Öko-Siegel für Forstprodukte wurde 1993 in Toronto unter anderem von führenden Umweltorganisationen gegründet. Es wird hauptsächlich von Umweltorganisationen, aber auch von Waldbesitzern und Holzverarbeitern getragen.</p>	<p>PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification)</p> <p>Das europäische Öko-Siegel für Forstprodukte wurde 1999 in Paris von den europäischen Waldbesitzerverbänden unter dem Namen „Pan European Forest Certification“ gegründet. Es wird insbesondere von den europäischen Waldbesitzerverbänden getragen.</p>
<p>Info: www.fsc-deutschland.de</p>	<p>Info: www.pefc.de</p>
	

Pilotprojekte Russland

Standards der Holz- und Papierkette

Sensibilisierung der Verantwortlichen durch Dialog mit Nicht-regierungsorganisationen

Axel Springer setzt sich seit Jahren dafür ein, dass die Papierkette nicht nur am Ende beim Altpapier, sondern auch schon am Anfang beim Holz ökologisch und sozial optimiert wird.

Projekte wie „Ökologische Verbesserungen in der Papierkette“ in Kooperation mit 8.900 norwegischen Waldbesitzerfamilien standen am Anfang einer ganzen Reihe innovativer Pilotprojekte.

Im Berichtszeitraum 2004 und 2005 standen vor allem zwei Projekte im Mittelpunkt: „From Russia with Transparency“ und „Tracing Russian Wood Imports“.



Ein russischer Forstarbeiter bei der Holzernte



Das gefällte Nadelholz wird mit schweren LKWs transportiert

Korruptionsbekämpfung

„From Russia with Transparency“

Bei diesem internationalen Pilotprojekt geht es um Integrität in der Holz- und Papierkette

In dem Projekt „From Russia with Transparency“ kooperieren die Verlagshäuser Axel Springer, Time Inc., Random House Group und Stora Enso mit Transparency International, um die Standards im grenzüberschreitenden Holzhandel zu verbessern.

Für ihre Zeitungen und Zeitschriften bezieht die Axel Springer AG jährlich Papierrollen von etwa 60 Papierfabriken in 15 Ländern. Moderne Presseverlage zeichnen sich dadurch aus, dass sie über ökologische und soziale Standards der unterschiedlichen Stationen der Produktionskette – vom Wald über die Papierfabrik und Druckerei bis hin zum Kiosk und zu Papierrecycling – Bescheid wissen. Zu diesem Zweck kooperiert die Axel Springer AG mit innovativen Partnern bei der Umsetzung von Pilotprojekten. Aktuelles Beispiel: „From Russia with Transparency“.

Papier ist ein Klassiker. Stellen Sie sich einmal einen Tag ganz ohne Papier vor: ohne Tageszeitung, ohne Programmzeitschrift, ohne Telefonzettel, ohne Tempo-Taschentuch, ohne Visitenkarte, ohne Schulheft, ohne Kassenbon, ohne Buch und ohne Bahn билет. Sehr schnell wird uns dabei klar, dass wir auf Papier – trotz PC, Internet, E-Mail, Chip-Karte und Handy – weder zu Hause, noch am Ausbildungsplatz, bei der Arbeit oder unterwegs verzichten können.

Aber: Auf der ganzen Welt machen sich anspruchsvolle Konsumenten, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Journalisten Gedanken über die ökologische und soziale Nachhaltigkeit von Produkten. Auch Nutzer von Holz- und Papierprodukten stellen kritische Fragen: Wächst genug Holz nach? Ist für den Erhalt der Artenvielfalt gesorgt? Was wird zur Verhütung von Arbeitsunfällen bei der Waldarbeit getan? Wie klar ist die Herkunft von Holzimporten? Wie steht es um das Recycling?

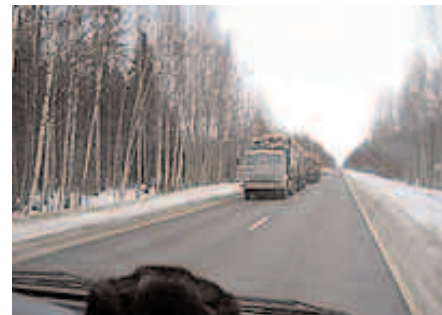
Seit 1993 veröffentlicht die Axel Springer AG die Namen und Kontaktadressen der Umweltexperten ihrer Papierlieferanten. Die aktuelle Liste findet sich im Internet unter www.axelspringer.de/nachhaltigkeit - „Kontakte“. Denn Verantwortung kann der am glaubwürdigsten vermitteln, der auch Antworten geben kann.

Dazu hat der Verlag gemeinsam mit Papierlieferanten in den vergangenen zehn Jahren zahlreiche Optimierungsprojekte initiiert. Beispiele sind die erste Öko-Bilanz für Zeitungen und Zeitschriften, das „Opti“-Projekt in Kooperation mit 8.900 norwegischen Waldbesitzerfamilien und dem Papierhersteller Norske Skog sowie das Projekt „Tracing Russian Wood Imports“ in Zusammenarbeit mit dem Papierunternehmen UPM und Greenpeace Russland.

Als aktuellste Initiative präsentierte der Verlag im September 2005 gemeinsam mit dem Papierhersteller Stora Enso (Helsinki) und den Verlagshäusern Random House Group (London) und Time Inc. (New York) das Projekt „From Russia with Transparency“. Ein Schwerpunkt ist die Umsetzung von Unternehmensgrundsätzen der Nachhaltigkeit sowie die Bekämpfung von Korruption im grenzüberschreitenden Holzhandel.



Von Sankt Petersburg nach Tikhvin



Holz-LKWs prägen das Straßenbild



Russland ist reich an Holzressourcen



Oft sind noch schwere Kettenfahrzeuge im Einsatz

Die Rolle des „Critical Reviewer“ übernahm Transparency International, die führende Nichtregierungsorganisation zur Bekämpfung von Korruption.

Ziel ist die Transparenz der Holzbeschaffung aus Russland bezüglich Fragen der Integrität sowie der sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen. Am Beispiel des russischen Forstbetriebes „Ruskiy Les“ in Tikhvin, nordwestlich von Sankt Petersburg, sollen die Einhaltung der Forstgesetze, die Senkung von Arbeitsunfällen, die Entwicklung der lokalen Gemeinden sowie die Forstökologie schrittweise und nachvollziehbar optimiert werden. Fortschritte können im Internet unter www.tikhvin-project.ru verfolgt werden.

Dazu sagt Cobus de Swardt von Transparency International: „Viele Forstunternehmen wollen Nachhaltigkeit erreichen, scheuen dabei jedoch das Gespräch über heikle Fragen wie die der Korruption. Die Mitglieder des Tikhvin-Projektes haben den Mut anzuerkennen, dass Nachhaltigkeit und ethische Geschäftspraktiken etwas miteinander zu tun haben. Wir begrüßen dieses Vorreiterengagement und hoffen, dass das Team unseren Empfehlungen folgen wird.“

Holz aus dem europäischen Teil Russlands deckt heute bis zu 20 Prozent des Frischfaserbedarfs finnischer Zellstoff- und Papierfabriken. Für Stora Enso spielt Russland eine wichtige Rolle als Holzlieferant, als Ziel von Direktinvestitionen sowie als Markt mit hohem Zukunftspotenzial. Stora Enso will erreichen, dass die weltweit für die Herstellung seiner Produkte eingesetzten Holzrohstoffe den hohen Anforderungen des Unternehmens bezüglich der Nachhaltigkeit entsprechen.

Sensibilisierte Papierkunden wie die Axel Springer AG, Time Inc. und Random House Group achten heute nicht allein auf die materielle Qualität der von ihnen nachgefragten Produkte (Druckbarkeit, Reißfestigkeit etc.), sondern haben auch Interesse an deren immaterieller Qualität (Glaubwürdigkeit der Lieferkette, soziale und ökologische Produktionsbedingungen etc.).

Cobus de Swardt: „Ein wichtiger innovativer Gesichtspunkt dieses Ansatzes liegt darin, dass potenzielle Wettbewerber diese Aufgabe gemeinsam angehen, statt jeder für sich einen kurzfristigen PR-Vorteil zu suchen.“

Tracing Imports

Landkarten mit roten Punkten

Pilotprojekt dokumentiert Holzherkunft im Internet – kritische Begleitung durch Greenpeace Russland

Unter der Internetadresse www.upm-kymmene.com/traceit dokumentiert das finnische Papierunternehmen die Herkunft der Holzimporte aus Russland. Zu den Initiatoren dieser Idee zählen die Axel Springer AG, die Otto Gruppe sowie die Guardian Media Group.

Die aktuelle Website ist eine Weiterentwicklung eines von den Vereinten Nationen 2002 ausgezeichneten Projekts. Ziel ist die bessere Transparenz in der Beschaffungskette von Holz und Papier. Die neue Internetsite enthält unter anderem:

- Video-Statements von Greenpeace-Russland, dem russischen Ministerium für Naturre Ressourcen sowie der Zertifizierungsgesellschaft Det Norske Veritas.
- Flash-Präsentationen dokumentieren den Weg eines Baumstamms vom Wald in Russland bis ins Zeitschriftenregal.
- Bei „TraceIT“ wird die Herkunft des Importholzes auf interaktiven Landkarten markiert.






Auf der Internetsite www.upm-kymmene.com/traceit finden Sie Information zur Herkunft importierter Holzrohstoffe

Dialog

Von der Kritik zur Kooperation

Aus dem projektbezogenen Gedankenaustausch zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen entstehen innovative Impulse für die Holz- und Papierkette

Als Kunde von Druckpapierherstellern in zahlreichen Ländern interessiert sich die Axel Springer AG nicht nur für die technischen und ökonomischen, sondern auch für die ökologischen und sozialen Rahmenbedingungen der Forstwirtschaft sowie der Zellstoff- und Papierproduktion. Dabei spielen die kritischen Stimmen der sogenannten „Non Governmental Organisations“ (NGOs) – auf Deutsch: „Nichtregierungsorganisationen“ (NRO) – eine wichtige Rolle. Sie genießen in Medien und Öffentlichkeit beträchtliches Ansehen und haben großen Einfluss auf die Meinungsbildung von Regierungen und Unternehmen. Als Nachhaltigkeitsbeauftragter steht Florian Nehm mit Fachleuten der global präsenten NGOs im kontinuierlichen Dialog. Nehm: „Es geht dabei um Offenheit und Transparenz, um Verstehen und Erklären – und natürlich auch um den Austausch klarer Argumente für den jeweiligen Standpunkt. Für die Papierkette ist daraus schon so manche nachhaltige Innovation entstanden.“

Land und Organisation	Dialog-Partner	Projekte und Diskussionsthemen
<p>Indonesien</p>  <p>WWF Indonesia Kantor Taman A9 Jakarta 12950 wwf-indonesia@wwf.or.id</p>	<p>Nazir Foead (Leiter Artenschutz) nfoead@wwf.or.id</p>	<p>IZu den Anliegen des WWF-Indonesien zählt der Schutz der Tiger im Tesso-Nilo-Nationalpark in der Region Sumatra. HÖRZU hat dieses Projekt redaktionell und finanziell unterstützt.</p>
 <p>Transparency International Alt Moabit 96 10559 Berlin www.transparency.org</p>	<p>Cobus de Swardt (Global Program Director) cswardt@transparency.org</p>	<p>Das Ziel von Transparency International (TI) ist eine effektive und nachhaltige Bekämpfung und Eindämmung von Korruption durch Kooperation von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. In dem Projekt „From Russia with Transparency“ geht es u.a. um die Bekämpfung von Korruption im grenzüberschreitenden Holzhandel. Zum ersten Projektbericht schrieb TI den „Kritischen Kommentar“. (Mehr Info unter www.tikhvinproject.ru).</p>
<p>Deutschland</p>  <p>Greenpeace Deutschland Große Elbstraße 39 22767 Hamburg www.greenpeace.de</p>	<p>Oliver Salge (Forstkampagne) oliver.salge@greenpeace.de</p>	<p>Zu den Greenpeace-Themen im Bereich „Wälder“ zählen die borealen Urwälder in Skandinavien und in Russland. Zu den konkreten Diskussionsthemen zählt die Greenpeace-Kampagne zur Ausweitung der Waldschutzgebiete im Norden Finnlands sowie im finnischen Lappland.</p>

<p>Finnland</p>  <p>Suomen Luonnonsuojeluliitto (Finnish Association for Nature Conservation) Kotkankatu 9 00510 Helsinki www.sll.fi</p>	<p>Dr. Heikki Simola (Vorsitzender) heikki.simola@joensuu.fi</p>	<p>Zu den zentralen Anliegen gegenüber dem Staatswald, privaten Waldeigentümern sowie der Holz- und Papierindustrie gehört der Schutz von Wäldern mit „Urwaldeigenschaften“. (Der „Verband für Naturschutz“ ist mit Abstand Finnlands größte landesweit vertretene Umweltorganisation).</p>
<p>Kanada</p>  <p>Forest Ethics BC British Columbia PO Box 2587 Smithers, BC V0J 2N0 Vancouver, Canada www.savethegreatbear.org</p>	<p>Merran Smith ForestEthics BC Coastal Program Director merran@forestethics.org</p>	<p>Lange Zeit machten z.T. heftige Kontroversen über Fragen des Waldschutzes in bestimmten Küstenregionen British Columbias Schlagzeilen. Hier hat sich der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) als Teil der Papierkette erfolgreich für einen Dialog eingesetzt. Inzwischen wird im Rahmen des „Joint Solutions Project“ konstruktiv verhandelt. Beteiligt sind Umweltorganisationen und Forstindustrie (u.a. Zellstoffhersteller) ebenso wie Provinzregierung (Waldeigentümer), Gewerkschaften und Vertreter der Ureinwohner.</p>
<p>Norwegen</p>  <p>WWF Norge Kr. Augusts gate 7 A Pb. 6784 St. Olavs plass N-0130 Oslo www.wwf.no</p>	<p>Arnodd Håpnes (Forest Conservation Officer) ahaapnes@wwf.no</p>	<p>In einem wichtigen Pilotprojekt (1998) mit 8.900 norwegischen Waldbesitzer-Familien, dem Papierhersteller Norske Skog, dem Versandhaus Otto und dem WWF Norwegen konnten Holzfasern erstmals von der ökologisch überprüften Holzernte über die Papierherstellung und die Druckerei bis zum fertigen Druckprodukt transparent gemacht werden. Der Verlag nutzt die gewonnenen Erfahrungen heute bei weiteren Vorhaben dieser Art.</p>
<p>Russland</p>  <p>Greenpeace Russland Novaya Bashilovka 6 101428 Moskau www.greenpeace.ru</p>	<p>Alexey Jaroshenko (Forest Coordinator) alexey@greenpeace.ru</p>	<p>Greenpeace Russland setzt sich ein für den Schutz ökologisch wertvoller Waldbiotope sowie von Wäldern mit „Urwaldeigenschaften“. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Waldnutzung für die Forstindustrie im In- und Ausland. In einem Gemeinschaftsprojekt hat der Axel Springer Verlag gemeinsam mit dem finnischen Papierhersteller UPM-Kymmene und der Otto Gruppe die Holzkette vom Wald in Russland bis zur Papierherstellung in Finnland transparent gemacht. Im Projektbericht Tracing Russian Wood Import (2002) nimmt u.a. Greenpeace kritisch dazu Stellung.</p>
<p>Schweden</p>  <p>WWF Schweden Ulriksdals Slott 170 81 Solna www.wwf.se</p>	<p>Per Larsson (Forstkampagne) per.larsson@wwf.se</p>	<p>Ökologische Zertifizierung der Forstwirtschaft in Schweden. Was schwedische Papierhersteller zum Thema Ursprungskontrollen für Importholz (z.B. aus dem Baltikum) sagen.</p>

Social Policy



Zu diesem Foto:

Unfallverhütung ist wichtig. In einem Forstbetrieb in der Nähe von Novgorod (Russland) lässt sich der Nachhaltigkeitsbeauftragte der Axel Springer AG, Florian Nehm, die Funktion des Notstopps an der Motorsäge von Vorarbeiter Alexander Iwanow (l.) zeigen, der für einen Holzlieferanten des finnischen Papierherstellers UPM-Kymmene arbeitet..

In diesem Bereich können Sie unsere International Social Policy nachlesen und sich über praktische Maßnahmen zur Implementierung informieren.

Leitlinien

International Social Policy

Verbindliche Leitlinien für die weltweite Gewährleistung sozialer Standards

Mit Blick auf die wachsende internationale Präsenz des Verlages hat die Axel Springer AG einen Katalog sozialer Standards verabschiedet. Diese „International Social Policy“ ist eine verbindliche Leitlinie zur sozialen Integrität und gilt weltweit für alle Aktivitäten des Unternehmens.

Der vollständige Katalog sozialer Standards kann hier abgerufen werden.

Praktische Maßnahmen

Sensibilisierung von Geschäftspartnern

Schwerpunkte bei der Beschaffung von Druckpapier, Werbemitteln sowie beim Verkauf von Titellizenzen

Bei der Umsetzung der „International Social Policy“ geht es zuerst um den Informationsaustausch sowie die Schärfung des Bewusstseins gegenüber Geschäftspartnern aus Nicht-OECD-Ländern. Das gilt insbesondere für die Beschaffung von Werbemitteln und Produktbeigaben, für das Merchandising, für den Verkauf von Titellizenzen sowie für die Beschaffung von Holz durch Zellstoff- und Papierhersteller.

Zu den praktischen Maßnahmen zählen Besuche vor Ort, der Kontakt zu Nichtregierungsorganisationen und Pionierunternehmen sowie die Anpassung von Verträgen.

PwC-Prüfung

Ausgewählte quantitative Aussagen des digitalen Nachhaltigkeitsberichts 2005 der Axel Springer AG wurde von PricewaterhouseCoopers AG geprüft.



Bescheinigung an den Vorstand über die Prüfung ausgewählter quantitativer Aussagen des Internet Nachhaltigkeitsberichtes 2005:

Wir haben ausgewählte quantitative Aussagen des Internet-Nachhaltigkeitsberichtes 2005 der Axel Springer Aktiengesellschaft geprüft. Der Bericht umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2004 bis 31. Dezember 2005 und wurde unter Nutzung der auf die Themenauswahl angelegten Kriterien und der Prinzipien der Berichterstattung der Leitlinien der Global Reporting Initiative erstellt.

Die Aufstellung des Berichts liegt in der Verantwortung des Vorstandes der Axel Springer Aktiengesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Urteil über die Themenauswahl sowie die Vollständigkeit und Richtigkeit der ausgewählten quantitativen Aussagen entsprechend den Prinzipien der Berichterstattung Überprüfbarkeit, Vollständigkeit, Relevanz, Genauigkeit und Vergleichbarkeit der Leitlinien der Global Reporting Initiative abzugeben.

Unsere Prüfung umfasste die quantitativen Angaben in den folgenden Themenabschnitten des Internet-Nachhaltigkeitsberichtes 2005:

- Mitarbeiter
- Gesellschaft
- Ökologie
- Ökonomie

Unsere Prüfung bezog sich weder auf die Inhalte der übrigen Seiten der Nachhaltigkeitsberichterstattung noch auf die Inhalte anderer Internetseiten, auf die in dem Internet-Nachhaltigkeitsbericht verwiesen wird.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Berichten im Bereich der Nachhaltigkeit (IDW PS 821) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass ein hinreichend sicheres Urteil darüber abgegeben werden kann, ob in allen wesentlichen Belangen die Themen entsprechend den Kriterien der Global Reporting Initiative ausgewählt und die Aussagen vollständig und richtig entsprechend den Prinzipien der Berichterstattung Überprüfbarkeit, Vollständigkeit, Relevanz, Genauigkeit und Vergleichbarkeit der Global Reporting Initiative getroffen werden. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des zugrunde Öko-Controllingssystems sowie Nachweise für die Aussagen im Bericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Wir sind der Auffas-



Mitglieder des PwC-Teams: Nicole Kunkel (links im Bild) und Antje Bauer bei der Prüfung der Zahlen und Aussagen des Nachhaltigkeitsberichtes 2005 der Axel Springer AG.

sung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unser Prüfungsurteil bildet.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse wurden in allen wesentlichen Belangen die Themen entsprechend den Kriterien* der Global Reporting Initiative ausgewählt und die Aussagen vollständig und richtig entsprechend den Prinzipien der Berichterstattung Überprüfbarkeit, Vollständigkeit, Relevanz, Genauigkeit und Vergleichbarkeit der Global Reporting Initiative getroffen.

PricewaterhouseCoopers

Aktiengesellschaft

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Frankfurt am Main, den 18. August 2006

Dr. Manfred Waltz

Dieter Horst

* Diese, in den SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES 2002 der Global Reporting Initiative GRI (www.globalreporting.org) formulierten „Prinzipien der Berichterstattung“, werden in Teil B (Seite 20 der offiziellen Deutschen Übersetzung) wie folgt erläutert:

Überprüfbarkeit	Berichtete Daten und Informationen sollten auf eine Weise erfasst, zusammengestellt, analysiert und offen gelegt werden, die es internen oder externen Auditoren ermöglicht, deren Zuverlässigkeit zu attestieren.
Vollständigkeit	Alle Informationen, die für die Adressaten wichtig sind, um die Nachhaltigkeitsleistung einer Organisation zu beurteilen, sollten in einer Form im Bericht erscheinen, die mit den für den Bericht angegebenen Bilanzierungsgrenzen, dem angegebenen Bereich („scope“) und dem Zeitraum, auf den sich der Bericht bezieht, konsistent ist.
Relevanz	Relevanz ist der Grad der Bedeutung, die einem besonderen Aspekt, Indikator oder einer Information zugemessen wird. Sie stellt die Schwelle dar, ab der Information so bedeutsam wird, dass über sie berichtet werden sollte.
Genauigkeit	Das Prinzip der Genauigkeit bezieht sich auf das Erreichen eines bestimmten Grades an Exaktheit der berichteten Informationen. Ziel ist es eine niedrige Fehlerquote zu erreichen, damit die Nutzer ihre Entscheidungen auf Basis von sehr verlässlichen Informationen treffen können.
Vergleichbarkeit	Einmal gewählte Grenzen und Bereiche sollten bei der Berichterstattung beibehalten werden. Von der berichtenden Organisation wird verlangt, dass sie alle Änderungen offen legt und zuvor berichtete Informationen weiterhin veröffentlicht.

Kontakte und Service

Hier finden Sie Ansprechpartner an Verlags- und Druckstandorten, in den Redaktionen sowie bei Lieferanten von Druckpapier. Dazu Studien, Antworten auf häufig gestellte Fragen und ein umfangreiches Glossar.



Verlag und Druckereien

Ansprechpartner

Haben Sie Fragen, Hinweise oder Anregungen zum Thema „Axel Springer und Nachhaltigkeit“?

Diese Seite nennt Ihnen zahlreiche Ansprechpartner.

<p>Florian Nehm Leiter Referat Nachhaltigkeit Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin Tel: +49 (0) 30 25 91-7 93 70 nachhaltigkeit@axelspringer.de</p>	
<p>Edda Fels Leiterin Unternehmenskommunikation Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin Tel: +49 (0) 30 25 91-7 76 00 edda.fels@axelspringer.de</p>	
<p>Claudia Thomé Leiterin Investor Relations Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin Tel: +49 (0) 30 25 91-7 74 21 claudia.thome@axelspringer.de</p>	
<p>Herbert Woodtli Leiter Zentrales Beschaffungswesen Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin Tel: +49 (0) 30 25 91-7 93 00 herbert.woodtli@axelspringer.de</p>	

Dr. Jörg Schweikart
Leiter Konzerncontrolling + M&A
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Tel: +49 (0) 30 25 91-7 72 00
jörg.schweikart@axelspringer.de



Horst Caspar
Werkleiter
Offsetdruckerei Essen-Kettwig
Im Teelbruch 100
45219 Essen-Kettwig
Tel: +49 (0) 20 54 10 1-3 08
horst.caspar@axelspringer.de



Thomas Dresek
Werkleiter
Offsetdruckerei Ahrensburg
Kornkamp 11
22926 Ahrensburg
Tel: +49 (0) 41 02 71-14 60
thomas.dresek@axelspringer.de



Claus Pengel
Werkleiter
Offsetdruckerei Berlin-Spandau
Brunsbütteler Damm 156-172
13581 Berlin
Tel: +49 (0) 30 25 91-7 40 01
claus.pengel@axelspringer.de









Redaktionen

Ansprechpartner

Haben Sie Fragen, Hinweise oder Anregungen zum Thema „Axel Springer und Nachhaltigkeit“?

Diese Seite nennt Ihnen zahlreiche Ansprechpartner.

 <p>DIE WELT Claudia Ehrenstein Tel.: +49 (0) 30 25 91-7 19 63 Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin ehrenstein@welt.de www.welt.de</p>	 <p>WELT am SONNTAG Friedemann Sittig Tel.: +49 (0) 40 347-24 484 Axel-Springer-Platz 1 20350 Hamburg friedemann.sittig@wams.de www.wams.de</p>
 <p>BILD Axel-Springer-Platz 1 20350 Hamburg bild-service@axelspringer.de www.bild.de</p>	 <p>BILD am SONNTAG Eva Goris Tel.: +49 (0) 40 3 47-2 22 38 Axel-Springer-Platz 1 20350 Hamburg egoris@bams.de www.bams.de</p>
 <p>Wenn Sie's genau wissen wollen. HAMBURGER ABENDBLATT Angelika Hillmer, Tel.: +49 (0) 40 3 47-2 37 40 Axel-Springer-Platz 1, 20350 Hamburg angelika.hillmer@axelspringer.de www.abendblatt.de</p>	 <p>BERLINER MORGENPOST Claudia Ehrenstein, Tel.: +49 (0) 30 25 91-7 19 63 Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin claudia.ehrenstein@axelspringer.de www.berliner-morgenpost.de</p>
 <p>HÖRZU Andrea Stegger Tel.: +49 (0) 40 3 47-2 59 53 Axel-Springer-Platz 1 20350 Hamburg andrea.stegger@hoerzu.de www.hoerzu.de</p>	 <p>COMPUTER BILD Thoralf Müller Tel.: +49 (0) 40 3 47-2 54 08 Axel-Springer-Platz 1 20350 Hamburg tm@computerbild.de www.computerbild.de</p>



AUTO BILD

Andreas Borchmann
Tel: +49 (0) 40 3 47-2 21 31
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
andreas.borchmann@axelspringer.de
www.autobild.de



BILD der FRAU

Sandra Immoor
Tel.: +49 (0) 40 3 47-2 54 94
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
sandra.immoor@axelspringer.de
www.bildderfrau.de

Unsere Papierlieferanten

<p>Stora Enso: Der finnisch-schwedische Konzern zählt zu den größten Forst- und Papierunternehmen der Welt.</p> <p>Kontakt: Jim Weinbauer Senior Vice President Environment Stora Enso Box 70395 S-107 24 Stockholm Tel: +46 (8) 613 67 12 jim.weinbauer@storaenso.com www.storaenso.com</p>	<p>UPM-Kymmene: Der finnische Konzern zählt zu den größten Forst- und Papierunternehmen der Welt.</p> <p>Kontakt: Ulrich Neumann D-20354 Hamburg, Tel: +49 (0) 40 34 102-106 ulrich.neumann@upmkymmene.com www.upm-kymmene.com</p>
<p>SCA Graphic Paper ist die Papiertochter der schwedischen SCA-Gruppe. Mit etwa 2,3 Mio. Hektar gehört SCA zu den größten Waldbesitzern Schwedens.</p> <p>Kontakt: Walter Hennerbichler A-4663 Laakirchen Tel: +43 76-138 80 05 50 walter.hennerbichler@graphic.sca.se www.sca.com</p>	<p>Norske Skog: Die norwegische Gruppe mit Produktionsanlagen auf fünf Kontinenten gilt als zweitgrößter Zeitungspapierhersteller der Welt.</p> <p>Kontakt: Rune Andersen N-1326 Lysaker Tel: +47 67-59 90 23 rune.andersen@norske-skog.com www.norske-skog.com</p>
<p>Myllykoski: Der finnische Konzern hat etwa zwei Drittel seiner Produktionskapazitäten in Deutschland und der Schweiz. Seit 2002 stellt Myllykoski in Hürth bei Köln Zeitungsdrukpapier zu 100 Prozent aus Altpapier her.</p> <p>Kontakt: Klaus Schumacher D-20354 Hamburg Tel: +49 (0) 40 28 08 23 60 Klaus.Schumacher@MyllykoskiSales.com www.myllykoski.com</p>	<p>AO Wolga zählt zu den führenden Zeitungsdruckpapierherstellern Russlands. Die Papierfabrik steht in Balachna bei Nischnij Nowgorod. Von den Holzlieferanten wurde 2002 ein erster Forstbetrieb nach FSC zertifiziert.</p> <p>Kontakt: Harald Brenner Millenium Tower, 21 st floor Handelskai 94-96 A-1200 Wien Tel: +43 124 02 57 01 harald.brenner@hit-papertrading.com www.volga-paper.ru</p>
<p>Abitibi Consolidated Inc. ist globaler Marktführer in der Herstellung von Zeitungspapier. Der Schwerpunkt des Unternehmens liegt in Nordamerika.</p> <p>Kontakt: Michael R. Innes Montreal, Quebec, Canada Tel: +15 14-394 23 93 michael_innes@abicon.com www.abicon.com</p>	<p>Holmen Paper zählt zu den führenden Herstellern von Zeitungsdrukpapier. Dazu gehören Papierfabriken in Schweden (Norrköping, Hallstavik, Vargön) und Madrid.</p> <p>Kontakt: Anders Lindström S-60188 Norrköping Tel: +46 11-23 50 00 anders.lindstrom@holmenpaper.com www.holmenpaper.com</p>
<p>SAPPI ist ein internationaler Papierhersteller mit Produktionsniederlassungen auf drei Kontinenten. Stammsitz ist Johannesburg, Republik Südafrika.</p> <p>Kontakt: Axel Urban Michaelis (Vertretung) D-21465 Reinbek Tel: +49 (0) 40 72 77 72 27 aurban@igepagroup.com www.sappi.com</p>	<p>Kondopoga ist ein russischer Hersteller von Zeitungsdrukpapier. Die Fabrik steht in der russischen Republik Karelien.</p> <p>Kontakt: Christoph Tennert D-20457 Hamburg Tel: +49 (0) 40 32 32 54-25 Ch_Tennert@jacobson-hamburg.de www.conradjacobson.com</p>

<p>Perlen Papier AG gehört zu den führenden schweizer Herstellern von Magazin- und Zeitungsdruckpapier. Das Familienunternehmen wurde 1872 gegründet.</p> <p>Kontakt: Walter Vonarburg CH-6035 Perlen Tel: +41 41-455 80 92 walter.vonarburg@perlen.ch www.perlen.ch</p>	<p>Solikamsk: Die 1992 privatisierte Zellstoff- und Papierfabrik ist eine der führenden Zeitungsdruckpapierfabriken Russlands.</p> <p>Kontakt: Thorsten Voigt Fa. Jacob Jürgensen (Vertretung) D-22085 Hamburg Tel: +49 (0) 40 22 70 51 61 tvoigt@juergensen.de www.juergensen.de</p>
<p>m-real: Die finnische Forst- und Papiergruppe betreibt Papierfabriken an mehreren europäischen Standorten.</p> <p>Kontakt: Dr. Gregor Gettinger D-22415 Hamburg Tel: +49 (0) 40 28 08 23 0 gregory.gettinger@m-realalliance.com www.m-real.com</p>	<p>Papierfabrik Palm hat ihren Stammsitz in Aalen-Neukochen (Baden-Württemberg). Hinzu kommen das Werk Eltmann (Bayern) sowie das Werk in Wörth (Rheinland-Pfalz).</p> <p>Kontakt: German Ruf D-7306 Aalen-Neukochen Tel: +49 (0) 73 61 57 70 technikaa@papierfabrik-palm.de www.papierfabrik-palm.de</p>
<p>Steinbeis Temming hat seinen Hauptsitz in Glückstadt bei Hamburg. Fabrikstandorte sind Glückstadt und Gemmrigheim.</p> <p>Kontakt: Henrik Jensen D-25348 Glückstadt Tel: +49 (0) 41 24 911-455 henrik.jensen@steinbeis-temming.de www.steinbeis-temming.de</p>	

Service

Studien und Berichte

1. Nachhaltigkeitsbericht 2005

Deutsch

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/reports/nachhaltigkeitsbericht.pdf

Englisch:

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/reports/sustainability.pdf

2. „Nachhaltigkeitsbericht 2003“

Deutsch

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/reports/nachhaltigkeitsbericht_2003.pdf

Englisch:

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/reports/sustainability_2003.pdf

3. Druckfarben und Nachhaltigkeit (2006)

Auf 25 Seiten werden Druckverfahren, Druckfarben und Rohstoffe allgemein sowie unter dem Nachhaltigkeitsaspekt dargestellt.

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/service/farben_nachhaltigkeit.pdf

4. From Russia with Transparency (2005)

In diesem ersten Report über das sogenannte „Tikhvin-Projekt“ kooperieren die Papierhersteller Stora Enso und die Verlagshäuser Axel Springer, Random House Group und Time Inc., um die Transparenz der grenzüberschreitenden Holzlieferkette zu erhöhen. Die kritische Prüfung erfolgte durch Transparency International, die führende Nichtregierungsorganisation zur Bekämpfung von Korruption.

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/service/Tikhvin_Project_Report_2005.pdf

5. Sustainability Balanced Scorecard (2003)

Bei diesem Forschungsprojekt kooperierte Axel Springer mit den Universitäten Lüneburg und St. Gallen sowie u.a. mit den Unternehmen Bahlsen, Volkswagen und der Schweizer Großbank UBS. Bei dem vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft (BMBF) geförderten Vorhaben ging es um eine wertorientierte Form des Nachhaltigkeitsmanagements sowie die Einbeziehung des Umweltmanagements in die strategische Unternehmensführung. Die Ergebnisse sind als Buch im Gabler-Verlag erschienen.

www.axelspringer.de/inhalte/pdf/service/balanced_scorecard.pdf

6. Tracing Russian Wood Imports (2001)

In einem Gemeinschaftsprojekt hat Axel Springer gemeinsam mit dem finnischen Papierhersteller UPM-Kymmene und der Otto Gruppe die Holzketten vom Wald in Russland bis zur Papierfabrik in Finnland transparent gemacht. Der erste Projektbericht „Tracing Russian Wood Imports“ zeigt, wie die Holzimporte aus Rus-



Zum Lesen der Dokumente benötigen Sie den Acrobat Reader, den Sie unter www.adobe.com kostenlos downloaden können.

stand ökologisch überprüft werden. Hier kommen auch kritische Stimmen der russischen Forstverwaltung sowie der Umweltorganisation Greenpeace Russland zu Wort.

[www.axelspringer.de/
inhalte/pdf/service/tracing_wood_imports_klein.pdf](http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/service/tracing_wood_imports_klein.pdf)

7. Ökologische Lernprozesse in der Papierkette (2000)

Die Studie entstand an der Universität St. Gallen. Sie beschreibt u. a. am Beispiel der Axel Springer AG, wie Unternehmen ökologische Erkenntnisse in ihr Entscheidungssystem integrieren.

[www.axelspringer.de/
inhalte/service/sankt_gallen_neu.pdf](http://www.axelspringer.de/inhalte/service/sankt_gallen_neu.pdf)

8. Ökologische Verbesserungen in der Papierkette (1999)

Hier geht es um Hintergründe, Ziele und Umsetzung einer Kooperation der Otto Gruppe und Axel Springer mit 8.900 norwegischen Waldbesitzerfamilien und dem Papierhersteller Norske Skog.

[www.axelspringer.de/
inhalte/service/sankt_gallen_neu.pdf](http://www.axelspringer.de/inhalte/service/sankt_gallen_neu.pdf)

9. Bewertung ökologischer Lebensläufe von Zeitungen und Zeitschriften (1998)

Die Studie untersucht Umweltaspekte der Zellstoff- und Papierherstellung anhand von Daten aus Schweden, Deutschland und Kanada. Sie entstand in Zusammenarbeit mit den Unternehmen Stora Enso und Canfor.

Deutsch

[www.axelspringer.de/
inhalte/pdf/service/lca_studie.pdf](http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/service/lca_studie.pdf)

Englisch:

[www.axelspringer.de/
inhalte/pdf/global/lca_studie_e.pdf](http://www.axelspringer.de/inhalte/pdf/global/lca_studie_e.pdf)

Fragen & Antworten

Thema: Nachhaltigkeit

Wofür steht der Begriff „Nachhaltigkeit“?

Bei dem heute international verwendeten Begriff „Nachhaltigkeit“ („Sustainability“) geht es um die Ausgewogenheit von Schutz der Umwelt, wirtschaftlichem Wohlstand und Erhaltung sozialer Grundrechte in Gegenwart und Zukunft.

Warum berichten Unternehmen über ihr Nachhaltigkeitsengagement?

Das wirtschaftliche, soziale und ökologische Verhalten von Unternehmen – also ihre Leistung für eine „Nachhaltige Entwicklung“ – wird von einer global vernetzten Öffentlichkeit aufmerksam beobachtet. Daher liegt immer mehr Unternehmen daran, ihre Tätigkeit transparent und nachprüfbar darzustellen.

Welche internationalen Standards gibt es für das Nachhaltigkeitsreporting?

Es gibt die Empfehlungen der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Berichte, die sich an der GRI orientieren, sind vergleichbar (www.globalreporting.org). Eine deutsche Übersetzung der GRI kann unter www.globalreporting.org heruntergeladen werden.

Wie entstand die GRI?

Die GRI entstand 1997 aus einer gemeinsamen Initiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) und der „Koalition für umweltverantwortliches Wirtschaften“ (CERES). Mittlerweile beraten sich in ihr Fachleute aus vielen Bereichen und Erdteilen. Sitz der GRI ist Amsterdam.

Was sind die sogenannten GRI-Nachhaltigkeitsindikatoren?

Die GRI-Indikatoren beziehen sich auf die drei Bereiche Soziales, Ökologie und Ökonomie. Die Leistungen des Unternehmens in diesen Bereichen sollen beschrieben und ggf. durch Kennzahlen ergänzt werden.

Müssen alle von der GRI geforderten Nachhaltigkeitsindikatoren abgehandelt werden?

Zumindest die sogenannten „Kernindikatoren“ sollten berücksichtigt werden. Aber nicht jedes Unternehmen verfügt über alle verlangten Informationen bzw. möchte diese veröffentlichen. Wichtig ist, dass die Gründe für die Nichtveröffentlichung genannt werden. Allgemein gilt: Je mehr Indikatoren dokumentiert werden, desto besser.



Vor Ort in Finnland: Florian Nehm, Nachhaltigkeitsbeauftragter des Unternehmens, im Gespräch mit Maschinenführer Petteri Liiri

Thema: Engagement von Axel Springer

Warum engagiert sich Axel Springer für die ökologische Qualität seiner Produkte?

Axel Springer bekennt sich zu seiner Verantwortung für die Umwelt. Denn es schreibt sich besser und glaubwürdiger über Umweltfragen, wenn sich auch das Unternehmen aktiv für den Schutz der Umwelt einsetzt.

Was will Axel Springer im ökologischen Bereich vor allem erreichen?

Zu den Umweltleitlinien und Zielen des Unternehmens zählen an erster Stelle die Schärfung des Umweltbewusstseins bei Lesern, Geschäftspartnern und Mitarbeitern sowie die kontinuierliche Senkung von Energie- und Wasserbedarf, Emission und Abfall je produzierter Zeitung und Zeitschrift.

Wie sehen die sozialen Leitlinien bei Axel Springer aus?

Im Zentrum der Unternehmenskultur bei Axel Springer steht der Mensch. Motivierte und kompetente Mitarbeiter machen gute Produkte. Soziale Verantwortung hat bei Axel Springer eine lange und gute Tradition. Der Vorstand fühlt sich dieser Tradition verpflichtet: „Soziale Kälte wird es bei Springer nicht geben. Wer dem Unternehmen viele Jahre lang loyal und engagiert gedient hat und eines Tages nicht mehr arbeiten kann oder nicht mehr soll, der muss anständig behandelt werden“, sagt Vorstandsvorsitzender Dr. Mathias Döpfner.

Welche Nachhaltigkeitsaktivitäten verfolgt die Axel Springer AG im Bereich Ökonomie?

Die Zertifizierung der Druckereien nach dem EU-Öko-Audit und die Einführung des Umweltcontrollings waren wichtige Schritte. Pilotprojekte zur Transparenz der Papierkette sowie Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte wurden wiederholt ausgezeichnet. Aktives Nachhaltigkeitsmanagement ist für Axel Springer ein Indikator für erfolgsorientierte Unternehmensführung.



Die Berliner Verlagszentrale der Axel Springer AG



Das Hamburger Verlagshaus der Axel Springer AG

Thema: Druckpapier

Was ist Druckpapier?

Alle bedruckbaren Papiere, die als Träger von Informationen dienen. Um den Anforderungen von Druckern, Verlegern und Anzeigenkunden gerecht zu werden, müssen sie eine gute Bedruckbarkeit bieten (z.B. gleichmäßige, rasche Farbannahme, Oberflächenglätte und eine ausreichende Opazität – was bedeutet, dass der Druck nicht auf der Rückseite durchscheinen darf). In Deutschland werden Druck- und Pressepapiere einschließlich Zeitungsdruckpapier zusammengefasst. Sie machen rund 50 Prozent der gesamten Produktion von Papier, Karton und Pappe aus, die 2001 bei rund 18 Millionen Tonnen lag.

Wo kauft die Axel Springer AG ihr Druckpapier ein?

Die wichtigsten Herkunftsländer sind Schweden, Finnland, Deutschland und Norwegen. Geringere Mengen kommen aus Frankreich, Österreich, England, Russland und Kanada. Die Liste der Lieferanten

Wie umweltfreundlich ist das verdruckte Papier?

Optimierung der Papierkette: Für den Druck der Zeitungen und Zeitschriften wurden im Jahr 2002 rund 455.000 Tonnen Druckpapier eingekauft. Der Verlag setzt sich gegenüber der Forstwirtschaft sowie seinen Lieferanten von Papier, Druckmaschinen und Druckfarben für eine kontinuierliche ökologische Optimierung der Produktionsverfahren ein.

Wird durch den großen Papierbedarf nicht sehr viel Wald zerstört?

Um die ökologische Qualität seiner Zeitungen und Zeitschriften besser garantieren zu können, hat Axel Springer schon 1995 Waldnutzungsstandards für seine Lieferanten eingeführt. Die Einhaltung wird durch Stichproben vor Ort überprüft. Zusätzlich nimmt heute die Bedeutung von ökologischen Gütezeichen für Forstprodukte zu.

Wie viele Fichten werden für eine Zeitung verarbeitet?

Damit der Papierrecyclingkreislauf funktioniert, müssen kontinuierlich Frischfasern zugeführt werden, weil Altpapier nicht beliebig oft wiederverwertet werden kann. Eine Fichte ergibt mehr als 37.000 Zeitungsseiten: Eine Modellrechnung zeigt, dass aus den Fasern einer durchschnittlich großen Fichte aus schwedischer Durchforstung (Alter 30 bis 60 Jahre) insgesamt 37.440 Zeitungsseiten (Papiergewicht 42,5 g pro Quadratmeter, Format 40 x 57 cm) hergestellt werden können. 13.440 Seiten lassen sich allein aus den frischen Holzfasern herstellen. Weitere 24.000 Zeitungsseiten werden durch ihr Recycling gewonnen.

Kann man den Altpapieranteil noch erhöhen?

Alle in Deutschland hergestellten Papiere bestehen mittlerweile im Schnitt zu 65 Prozent aus Altpapier. Die Altpapiererfassung ist nahezu ausgeschöpft und kaum zu steigern. Außerdem würde bei einem noch höheren Anteil die Papierqualität leiden – und das mindert die Bedruckbarkeit und Reißfestigkeit (wichtig beim Rotationsdruck).

In Deutschland besteht ein gut funktionierendes Sammelsystem für Altpapier. Rund 80 Prozent der ausgelesenen Zeitungen und Zeitschriften werden bereits für die Papier- und Kartonherstellung recycelt.



Im Recycling-Unternehmen Melosch in Ahrensburg überprüft Andreas Schulte gepresste Papierschnipsel aus der Druckerei. Sie werden an Papierhersteller geliefert

Wie viele Papiersorten gibt es?

Es gibt und 3.000 verschiedene Papier-, Karton- und Pappsorten und vier Hauptproduktionsgruppen: graphische Papiere, Verpackungspappe und -papier, Hygienepapiere und Spezialpapiere.

Kann Papier auch aus synthetischen Fasern hergestellt werden?

Man kann aus Polyamid oder Polypropylen etwas herstellen, das aussieht wie Papier und sich auch so anfühlt. Es ist besonders reißfest, wasserabweisend und langlebig. Diese Kunststoffpapiere werden u.a. für langlebige Dokumente wie Führerscheine oder Landkarten verwendet. Der Nachteil: Kunststoffe sind Produkte aus Erdöl – einem nicht nachwachsender Rohstoff.

Ist Tropenholz in der Zeitung?

Nein. Für Pressepapier sind Tropenholz-Fasern zu kurz bzw. zu hart. In Europa wird für die Herstellung von Pressedruckpapier kein Tropenholz eingesetzt.

Ist Zeitungspapier steril?

Fast. Wegen der hohen Temperaturen (bis zu 130 Grad Celsius) in der Papiermaschine sterben die meisten Keime ab.

Weitere Informationen unter:

Papierlieferant UPM-Kymmene (www.upm-kymmene.com)

Verband Deutscher Papierfabriken (www.vdp-online.de)

Verband Europäische Papierindustrie (www.cepi.org)

Internationale Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik

(www.ingede.de)

Glossar

Abkürzungs- und Begriffserläuterungen

<p>AZO: aufgebessertes Zeitungsdruckpapier Offse.</p> <p>AZT: aufgebessertes Zeitungsdruckpapier Tiefdruck</p> <p>Benzol: im Benzin enthaltener Kohlenwasserstoff. Geringe Mengen entweichen über Abgase.</p> <p>Biodiversität: Vielfalt der Tier- und Pflanzenarte.</p> <p>Blockheizkraftwerk: gasgetriebener Generator zur Erzeugung von Strom, Wärme und Kälte</p> <p>Chlor: grüngelbes, giftiges Gas mit stechendem Geruch. Wird teilweise noch zum Bleichen von Textilien, Zellstoff und Papier benutzt.</p> <p>Dioxin: giftige Kohlenwasserstoffe. Werden z.B. bei der Herstellung von Pestiziden frei.</p> <p>Druckfarben: bestehen aus Farbmitteln (Pigmenten), Bindemitteln (für die Haftung des Farbmittels auf dem Papier) und Lösemitteln (um die Druckfarbe bis zum Auftragen auf die Papieroberfläche flüssig zu halten).</p> <p>ECF: „Elemental Chlorine Free“ – mit Chloridverbindungen statt reinem Chlor gebleichter Zellstoff</p> <p>Emission: Abgabe flüssiger, fester (Staub) oder gasförmiger Stoffe aus technischen Anlagen an Luft und Wasser</p> <p>Fossile Energien: auch Primärenergie genannt; natürlich gebildete gasförmige, flüssige und feste Brennstoffe wie Erdgas, Erdöl und Kohle</p> <p>Frischfaser: auch Primärfaser genannt; Papierfaser aus dem Rohstoff Holz</p> <p>Kohlendioxid (CO₂): farb-, geruch- und geschmackloses Gas. Entsteht u.a. bei der Verbrennung von kohlenstoffhaltigen Substanzen (z.B. Holz, Öl, Benzin).</p> <p>Kohlenmonoxid (CO): geruch- und reizloses, aber</p>	<p>hochgiftiges Gas. Entsteht bei unvollständigen Verbrennungen.</p> <p>Leichtflüchtige Nicht-Methan-Kohlenwasserstoffe: geruch- und reizlose, aber hochgiftige Gase. Entstehen bei unvollständigen Verbrennungen.</p> <p>Life Cycle Assessment (LCA): Analyse des Produkt-lebenslaufes</p> <p>LWC: „light weight coated“, leichtgewichtiges, zweiseitig gestrichenes Rollendruckpapier für Zeitschriften, Umschläge und Kataloge</p> <p>Makulatur: bedruckte und unbedruckte Papierabfälle</p> <p>Regenerative Energie: erneuerbare Energiequellen wie Sonne, Erdwärme, Wasser, Wind, Holz</p> <p>Ressourcen: Rohstoffe wie z.B. Holz, Erdöl, Kohle, sauberes Wasser und saubere Luft</p> <p>SBT: Spezial-BILD-Tiefdruckpapier</p> <p>SC: zwischen den Walzen eines sogenannten Kalenders geglättetes Zeitschriftenpapier im Tiefdruck („supercalandered“)</p> <p>SZO: Standard-Zeitungsdruckpapier Offset</p> <p>Schwefeldioxid (SO₂): farbloses, stechend riechendes, hochgiftiges Gas, das bei der Verbrennung fossiler Brennstoffe entsteht. Wichtigste Ursache des „Sauren Regens“.</p> <p>Stickoxide (NOX): giftige Verbrennungsgase – führen zur Smogbildung, zu Überdünnungseffekten und zu „Saurem Regen“.</p> <p>TCF: „Totally Chlorine Free“, ohne Chlor und Chlorverbindungen gebleichter Zellstoff</p> <p>Toluol: Lösungsmittel der im Zeitschriften- und Katalogtiefdruck verwendeten Druckfarben</p>
---	--

Infomaterial

Bestellung

Hiermit bestelle ich die folgenden kostenlosen Informations-Angebote der Axel Springer AG:

Bitte wählen Sie aus:

- Geschäftsbericht 2005 (deutsche Version)
- Geschäftsbericht 2005 (englische Version)
- Unternehmens-Kurzdarstellung „AUF EINEN BLICK“ (deutsche Version)
- Unternehmens-Kurzdarstellung „AT A GLANCE“ (englische Version)

Die aktuellen Zwischenberichte und der oben angebotene Geschäftsbericht können in der Rubrik „Download“ als pdf-Datei heruntergeladen werden.

Den aktuellen Nachhaltigkeitsbericht finden Sie nur in elektronischer Form unter www.axelspringer.de/nachhaltigkeit.

Bitte schicken Sie die Broschüren an:

Vorname* _____

Nachname* _____

Straße* _____

PLZ* _____

Ort* _____

Land _____

E-Mail _____

Ort, Datum* _____

Unterschrift* _____

Die Angaben mit * sind erforderlich

Formular bitte senden an:

Axel Springer AG
Information und Öffentlichkeit
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Tel: +49 (0) 30 25 91-7 76 02
Fax: +49 (0) 30 25 91-7 76 03
information@axelspringer.de
www.axelspringer.de

