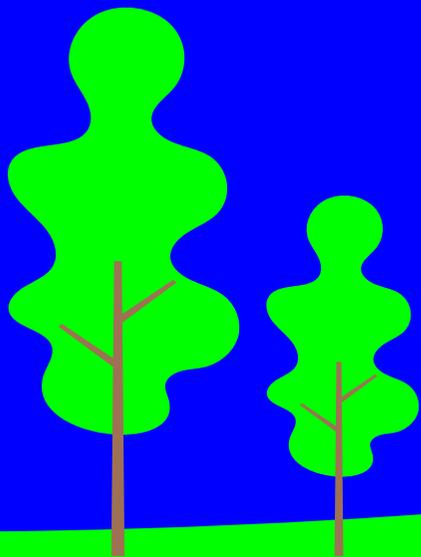


axel springer —

Nachhaltigkeitsbilanz 2020

auf einen blick —



sustainability.axelspringer.com

inhalt_

- 03** Vorwort
- 04** „a_new chapter“
- 05** Unternehmensporträt
- 07** Nachhaltigkeitshandlungsfelder
in Zahlen
- 43** GRI-Index
- 51** Impressum

01

nachhaltige unternehmensführung_

- 09** Nachhaltigkeitsstrategie &
Organisation
- 11** Wesentlichkeitsanalyse
- 14** Stakeholderdialog
- 14** Corporate Governance & Compliance
- 16** Beschaffung & Menschenrechte

02

produkte & services_

- 19** Journalismus & Unabhängigkeit
- 19** Diversität in Medieninhalten
- 20** Datenschutz & Cybersecurity

03

umwelt_

- 23** Umweltauswirkungen unserer
Wertschöpfungsketten
- 24** Klimaschutz & Energie
- 30** Ressourcenverbrauch

04

menschen_

- 32** Personalstruktur
- 33** Vielfalt & Inklusion
- 36** Aus- & Weiterbildung
- 36** Attraktive Arbeitsbedingungen
- 40** Gesundheit
- 41** Gesellschaftliches Engagement

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** — nachhaltige
unternehmensführung**02** — produkte & services**03** — umwelt**04** — menschenGRI-Index
Impressum**Sehr geehrte Damen und Herren,**

Freiheit ist für Axel Springer das Wichtigste überhaupt. Die Freiheit in der Gesellschaft dauerhaft zu stärken und zu bewahren wird uns aber nur gelingen, wenn wir nicht auf Kosten zukünftiger Generationen leben. Daher haben wir Nachhaltigkeit zu einem unserer fünf Unternehmenswerte erklärt und uns in diesem Bereich viel vorgenommen. Axel Springer setzt so Maßstäbe in unserer Branche, die gerade durch den immer noch hohen Papierverbrauch sehr energieintensiv ist.

Was heißt das konkret für unser Unternehmen? Wir haben unseren Ökostromanteil 2020 im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt. Vor allem in unseren Druckereien haben wir nachgerüstet. Dort und im Zeitungsvertrieb sowie der -logistik wurde innerhalb von nur drei Jahren der Plastikverbrauch um über 40 Prozent reduziert.

Das ist ein guter Anfang, aber wir wollen mehr. Bis 2045 muss die Europäische Union klimaneutral werden. Wir wollen schneller sein. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von Initiativen angestoßen, sodass inzwischen 15 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter klimaneutral arbeiten. Das Group Procurement arbeitet mit einem Tool, um von unseren Lieferanten Selbstauskünfte zu Umwelt- und Menschenrechtsthemen einzuholen. 2020 wurden über dieses Tool 149 große Lieferanten aktiv geprüft. Unser Ziel sollte es sein, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter klimaneutral arbeiten und alle Lieferanten überprüft werden.

Wir wollen jedoch nicht nur unser Unternehmen verändern, sondern auch einen Mehrwert für die Gesellschaft stiften. Das schaffen wir zum einen durch unsere publizistischen Inhalte und zum anderen durch die Förderung innovativer Ideen. Seit 2018 haben wir in 13 Sustainability- und Impact-Start-ups investiert. Hier wollen wir unser Engagement ausweiten. Der beste Weg zu mehr Nachhaltigkeit gelingt nicht durch Einschränkungen, sondern durch Innovation und den Einsatz smarterer Technologien.

Bei allen Anstrengungen dürfen wir die wichtigste Komponente jedoch niemals vergessen. An vorderster Stelle steht für uns immer der Mensch. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu befähigen, ihnen die besten Arbeitsrahmenbedingungen zu ermöglichen, aber vor allem ihnen Freiheit in Form von Integrität, Ehrlichkeit, Respekt, Wertschätzung zu geben, hat für uns immer höchste Priorität.

Wir sind uns unserer Verantwortung als Unternehmen bewusst, einen entscheidenden Beitrag dazu zu leisten, die Freiheit künftiger Generationen sicherzustellen. Wir tun das, indem wir Axel Springer – also unser Geschäft, Entscheidungen, Prozesse und Produkte – ganzheitlich nachhaltig ausrichten.

Ich wünsche viel Spaß beim Lesen.



Mathias Döpfner

Vorstandsvorsitzender Axel Springer SE

**Vorwort**

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** — nachhaltige
unternehmensführung**02** — produkte & services**03** — umwelt**04** — menschen

GRI-Index

Impressum

Einleitende Informationen

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung sowie das Engagement für eine umweltfreundliche und damit lebenswerte und freie Zukunft für die heutigen und kommenden Generationen gehören zwingend zu unserem übergreifenden Unternehmensgrundsatz: die Sicherung der Freiheit. Nachhaltigkeit ist daher ein zentraler Unternehmenswert für Axel Springer.

In den Jahren 2019 und 2020 haben wir uns neue, ambitionierte Ziele gesteckt, um Nachhaltigkeit noch stärker und weitreichender im Unternehmen zu verankern. Wir haben „a_new chapter“ – ein neues Nachhaltigkeitskapitel – aufgeschlagen. Unter diesem Motto steht auch unser diesjähriger Nachhaltigkeitsbericht.

Als Grundlage für unsere Vorhaben haben wir eine umfangreiche Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, die Entwicklung einer Klimastrategie angestoßen und eine zweiteilige Nachhaltigkeitsberichterstattung aufgesetzt.

Wir informieren zu unseren Nachhaltigkeitsbestrebungen zum einen auf der [Axel Springer Sustainability Microsite](#). Dort werden aktuelle Neuigkeiten und Fortschritte veröffentlicht. Zudem zeigen wir das Engagement jener Kolleginnen und Kollegen, die für bedeutende Meilensteine verantwortlich sind und maßgeblich dazu beitragen, Axel Springer zu einem verantwortungsvollen Unternehmen zu machen.



Zum anderen berichten wir anhand der hier vorliegenden GRI-Bilanz, die in fünf Kapitel unterteilt ist. Im ersten Kapitel geben wir einen kurzen Überblick über Axel Springer und unsere Geschäftsbereiche. In den folgenden Kapiteln beleuchten wir unsere vier Nachhaltigkeitshandlungsfelder: Nachhaltige Unternehmensführung, Produkte & Services, Umwelt und Menschen. Diese gliedern sich wiederum in die aus unserer Wesentlichkeitsanalyse hervorgegangenen acht wesentlichen Nachhaltigkeits-themenfelder.

In dieser Nachhaltigkeitsbilanz haben wir alle unsere relevanten Daten und Fakten für unsere Stakeholder zusammengetragen. Sie wurde in Anlehnung an die internationalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI) für Nachhaltigkeitsberichterstattung erstellt und wird von nun an jährlich erscheinen. Ergänzend haben wir branchenspezifische Zusatzinformationen gemäß den GRI „Media Sector Disclosures“ (MSD) mit aufgenommen. Der Berichtszeitraum ist identisch mit den Geschäftsjahren 2019 und 2020, also vom 01.01.2019 bis zum 31.12.2020. Redaktionsschluss für qualitative Informationen war der 20.07.2021. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht wurde im Jahr 2017 veröffentlicht.

Als Head of Sustainability ist Marcus Werner Blank verantwortlich für diesen Bericht und steht als zentraler Ansprechpartner zur Verfügung:

+49 170 3753 713

marcus-werner.blank@axelspringer.com

Vorwort

„a_new chapter“

UnternehmensporträtNachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** — nachhaltige
unternehmensführung**02** — produkte & services**03** — umwelt**04** — menschen

GRI-Index

Impressum

unternehmensporträt

Unternehmensporträt

Axel Springer hat sich als Unternehmen in den letzten 75 Jahren immer wieder neu erfunden, journalistische Meilensteine gesetzt und neue Geschäftsfelder erschlossen. Damals wie heute zeichnen Mut, Weitsicht und Innovationsgeist unsere Arbeit aus.

Axel Springer ist ein Medien- und Technologieunternehmen mit Tochtergesellschaften, Beteiligungen und Lizenzen in mehr als 40 Ländern auf sechs Kontinenten. Mit den Informationsangeboten ihrer vielfältigen Medienmarken (u. a. BILD, WELT, BUSINESS INSIDER, POLITICO Europe) und Rubrikenportalen (StepStone Group und AVIV Group) hilft die Axel Springer SE Menschen, freie Entscheidungen für ihr Leben zu treffen. Der Wandel vom traditionellen Printmedienhaus zu Europas führendem Digitalverlag ist heute erfolgreich abgeschlossen. Das nächste Ziel ist gesteckt: Durch beschleunigtes Wachstum will Axel Springer Weltmarktführer im digitalen Journalismus und bei den digitalen Rubriken werden. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Berlin und beschäftigt mehr als 16.000 Mitarbeiter weltweit.

In der Tradition ihres Gründers, der zu seiner Zeit journalistische und technologische Innovationen vorantrieb, geht die Axel Springer SE neue Wege und bleibt sich dabei doch treu. Das Unternehmen verfolgt mit hohem Tempo das Ziel, ein wachstums- und renditestarkes Digitalport-

folio aufzubauen und Journalismus auch in der digitalen Welt als erfolgreiches Geschäftsmodell zu etablieren. Zusammen mit der Transformation der bestehenden starken Medienmarken, eigenen Neuentwicklungen und strategisch ausgerichteten Akquisitionen von Web-Unternehmen ist die Vernetzung mit der Gründergeneration digitaler Start-ups einer der Bausteine der Digitalisierungsstrategie.

Gesellschaftsstruktur

Axel Springer ist eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea) mit einer dualen Führungsstruktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat. Haupteigner der Axel Springer SE sind mit folgenden wirtschaftlichen Beteiligungsquoten (Werte gerundet): der Finanzinvestor Kohlberg Kravis Roberts (KKR) (35,6 Prozent) und das Canadian Pension Plan Investment Board (12,9 Prozent), die stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Dr. h.c. Friede Springer (22,5 Prozent) und der Vorstandsvorsitzende Dr. Mathias Döpfner (21,9 Prozent). Mit KKR hat Axel Springer seit 2020 einen strategischen Partner an der Seite, mit dem die beschleunigte Wachstums- und Investitionsstrategie konsequent umgesetzt wird.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Unternehmenssegmente

News Media

- Nationale und internationale journalistische News-Medien sowie ein Vergleichsportal; Geschäftsmodelle basierend auf zahlenden Leserinnen und Lesern sowie Werbung
- Marken u.a. BILD, WELT, INSIDER, idealo
- 9.450 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vj.: 9.243)

Classifieds Media

- Digitale Rubrikenangebote insbesondere aus den Bereichen Jobs und Immobilien; die Geschäftsmodelle basieren überwiegend auf zahlenden Stellen- und Immobilienanzeigenkunden
- Marken u.a. StepStone, TotalJobs, immowelt, SeLogger, yod2
- 5.393 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vj.: 5.284)

Marketing Media

- Affiliate & Performance Marketing, Geschäftsmodelle basieren überwiegend auf zahlenden Anzeigenkunden
- Marken u.a. AWIN
- 1.084 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vj.: 969)

Holding & Services

- Konzernfachbereiche & Verwaltung, Gastronomie & Events, Services & Immobilien
- Marken u.a. PACE, Axel Springer Medien Accounting Service
- 563 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vj.: 621)

Unsere Essentials

Medienunternehmen tragen in einer Demokratie eine besondere gesellschaftliche Verantwortung, da sie die Meinungsbildung prägen. Als einziger, unabhängiger Verlag besitzt Axel Springer deshalb seit 1967 mit den Essentials eine Unternehmensverfassung, um dieser Verantwortung auf transparente Weise Rechnung zu tragen.

In § 3 der [Satzung der Axel Springer SE](#) sind diese „Essentials“ verankert, welche die Werte, zu denen sich die Axel Springer SE bekennt, zusammenfassen und damit vor allem der gesellschaftlichen Verantwortung von Medienunternehmen in einer Demokratie in transparenter Weise Rechnung tragen.

Die [Essentials](#) beruhen auf der Idee von Freiheit als wichtigstem Wert:

1. Wir treten ein für Freiheit, Rechtsstaat, Demokratie und ein vereinigtes Europa.
2. Wir unterstützen das jüdische Volk und das Existenzrecht des Staates Israel.
3. Wir befürworten das transatlantische Bündnis zwischen den Vereinigten Staaten von Amerika und Europa.
4. Wir setzen uns für eine freie und soziale Marktwirtschaft ein.
5. Wir lehnen politischen und religiösen Extremismus und jede Art von Rassismus und sexueller Diskriminierung ab.

01 Nachhaltige Unternehmensführung



sind als wesentlich für das Nachhaltigkeitsmanagement definiert. Dabei wurden über 40 Top-Führungskräfte und 1.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingebunden

02 Produkte & Services



und Zertifikate sind für den Nachhaltigkeitsfilter unserer Tochtergesellschaft idealo hinterlegt

nachhaltigkeitshandlungsfelder

in zahlen

03 Umwelt



sind bereits klimaneutral:
Ringier Axel Springer Polen, idealo,
Bonial, Axel Springer Ideas
Engineering, Axel Springer hy, APX

04 Menschen



Stunden Aus- und Weiterbildung
haben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
2020 absolviert¹

¹Angaben nur für die über die Personalservice GmbH abgerechneten Tochtergesellschaften und AS SE

01 Nachhaltige Unternehmensführung

Axel Springer ist einer verantwortungsvollen Unternehmensführung verpflichtet. Diese basiert grundlegend auf Integrität und gesetzeskonformem Verhalten. Im Austausch mit unseren Stakeholdern haben wir unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen ermittelt und damit die strategische Basis für unsere „Sustainability Journey“ gelegt.

stakeholderdialog

nachhaltigkeitsstrategie & organisation

wesentlichkeitsanalyse

corporate governance & compliance

beschaffung & menschenrechte

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung

Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation

Wesentlichkeitsanalyse

Stakeholderdialog

Corporate Governance & Compliance

Beschaffung & Menschenrechte

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation

Als Medien- und Technologieunternehmen haben wir eine besondere gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unseren internen und externen Stakeholdern. Wir wollen negative Auswirkungen auf die Umwelt sowie auf die Gesellschaft vermeiden und mit unseren Produkten und Partnern zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Seit Anfang der 1990er-Jahre engagieren wir uns insbesondere zum Thema ökologische Nachhaltigkeit, siehe dazu unsere [Nachhaltigkeitsroadmap](#).

Mit „a_new chapter“ startete Axel Springer im Jahr 2020 einen tiefgreifenden Strategieprozess, um Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie zu verankern. Zentraler Dreh- und Angelpunkt ist die "Sustainability Journey" mit den dazugehörigen vier strategischen Nachhaltigkeits-handlungsfeldern: Umwelt, Nachhaltige Unternehmensführung, Menschen sowie Produkte & Services. Neben dem „Footprint“ unserer Aktivitäten nehmen wir mit unserer Strategie somit auch den „Brainprint“ unseres Portfolios in den Fokus.

„Axel Springer kann einen signifikanten Beitrag zu einer nachhaltigeren Welt leisten. Dieses Potenzial werden wir ausschöpfen, indem wir Nachhaltigkeit in den Fachbereichen und Units verankern.“

Marcus Werner Blank, Head of Sustainability

Nachhaltigkeitsmanagement

2019 haben wir Nachhaltigkeit als offiziellen Unternehmenswert definiert und mit dem personell erweiterten Sustainability-Team ein Nachhaltigkeitsmanagement aufgebaut. Angesiedelt ist dieses Team als Konzern-Stabsstelle im Bereich des Vorstandsvorsitzenden, verantwortet wird es vom Director Corporate Communications and Sustainability. Der Head of Sustainability der Axel Springer SE steht in regelmäßigem Austausch mit den CSR-Verantwortlichen der Tochtergesellschaften und der Konzernbereiche sowie den Sustainability Ambassadors. Diese mehr als 50 Personen fungieren seit Ende 2020 in ihren Gesellschaften oder Fachbereichen als Botschafterinnen und Botschafter für Nachhaltigkeit und treiben bisher insbesondere die Ermittlung und Reduktion der CO₂-Emissionen voran.

Darüber hinaus binden wir weitere Beschäftigte aktiv ins Thema ein: So fand zum Beispiel 2019 die Axel Springer Crowd-Kampagne zum Thema Nachhaltigkeit statt. In deren Rahmen wurden über 70 Ideen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eingereicht. Diese wurden unternehmensweit geteilt und teilweise umgesetzt. Um den Austausch zu verstetigen, wurde die Axel Springer Sustainability Community gegründet – ein gruppenweites Netzwerk für alle Nachhaltigkeitsinteressierten und -Engagierten, mit aktuell knapp 200 Mitgliedern.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

-
- 01_** nachhaltige unternehmensführung
Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation
 Wesentlichkeitsanalyse
 Stakeholderdialog
 Corporate Governance & Compliance
 Beschaffung & Menschenrechte

-
- 02_** produkte & services

-
- 03_** umwelt

-
- 04_** menschen

GRI-Index

Impressum

Axel Springer Sustainability-Handlungsfelder

unser "footprint"



umwelt_

Ökologische Themen mit Relevanz für unsere Geschäftsaktivitäten, z.B. Verbrauch natürlicher Ressourcen oder Emissionen von Klimagasen.



soziales/menschen_

Themen mit Bezug zu unseren Mitarbeitenden und der Gesellschaft, z. B. Rechte von Beschäftigten, Diversität oder Gesundheit.



governance_

Themen zur Integrität der Unternehmensführung, z.B. bei Marketing, Einkauf, Compliance oder Anti-Korruptionsmaßnahmen.



produkte & services_

Medien-/Tech-Themen unternehmerischer Verantwortung, z.B. (journalistische) Unabhängigkeit, Corporate Digital Responsibility und inhaltliche Vielfalt.

unser "brainprint"

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

- 01 _ nachhaltige unternehmensführung
 Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation
- Wesentlichkeitsanalyse**
- Stakeholderdialog
 - Corporate Governance & Compliance
 - Beschaffung & Menschenrechte

- 02 _ produkte & services

- 03 _ umwelt

- 04 _ menschen

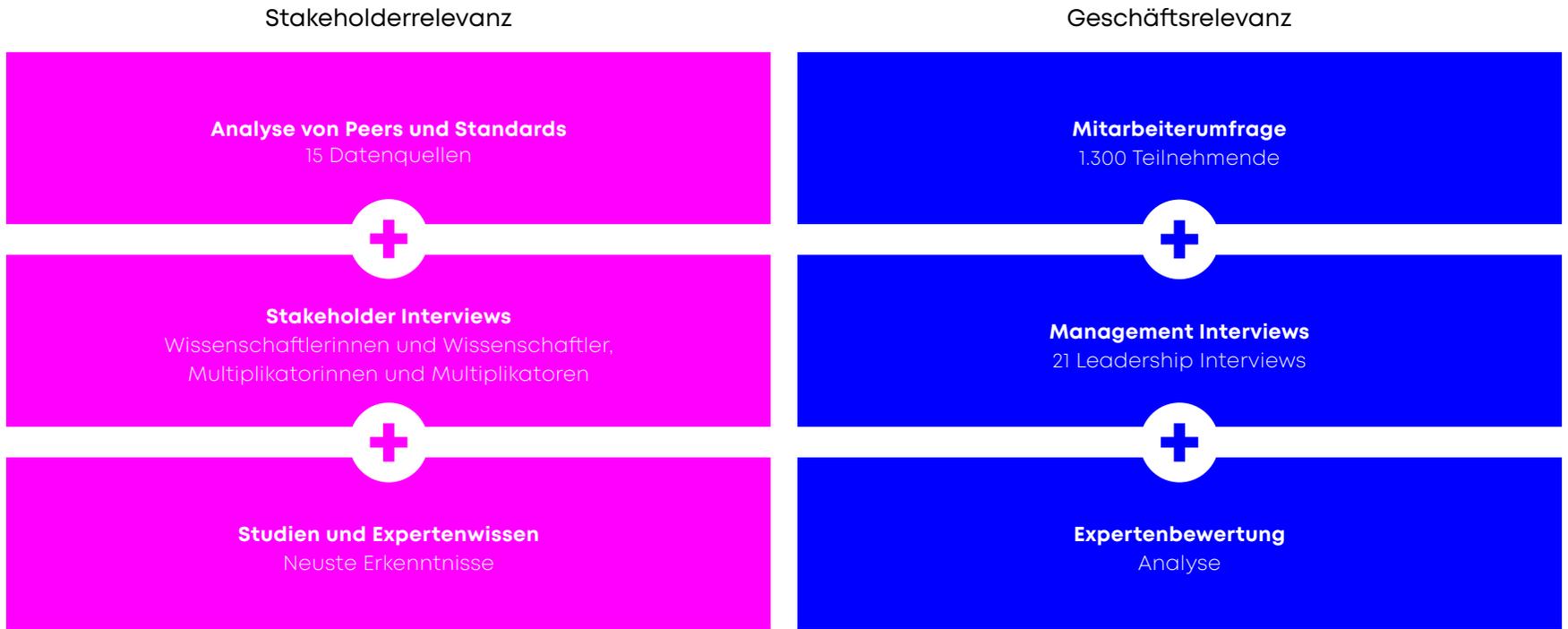
GRI-Index
 Impressum

Wesentlichkeitsanalyse

Mit der Anfang 2021 durchgeführten umfassenden Wesentlichkeitsanalyse identifizierten wir die relevanten Nachhaltigkeitsthemen für die Axel Springer SE und ihre Stakeholder. Aus diesen leiteten wir Schwerpunkte für das Nachhaltigkeitsmanagement ab. Basierend auf der Analyse von 15 Peers und verschiedenen Nachhaltigkeitsstandards verdichteten wir die anfänglich 62 identifizierten Nachhaltigkeitsthemen auf 19 für Axel

Springer relevante Themen. Deren Wesentlichkeit für Axel Springer sowie eine allgemeine Einschätzung zur Bedeutung von Nachhaltigkeit wurden anschließend in einer unternehmensweiten Onlinebefragung ermittelt, an der sich mehr als 1.300 Mitarbeitende beteiligten. Außerdem bewerteten wir die Geschäftsrelevanz der Themenfelder in 21 quantitativen und qualitativen Top-Management-Interviews.

Bestandteile unserer Wesentlichkeitsanalyse



Sustainability Wesentlichkeitsmatrix

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

- 01** — nachhaltige unternehmensführung
Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation

Wesentlichkeitsanalyse

Stakeholderdialog

Corporate Governance & Compliance

Beschaffung & Menschenrechte

- 02** — produkte & services

- 03** — umwelt

- 04** — menschen

GRI-Index

Impressum

Zentrale Erkenntnisse ausgewertet

Bei der zusammenfassenden Auswertung wurde deutlich, dass 77 Prozent unserer Belegschaft Nachhaltigkeit als wichtiges Thema ansehen, das in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen wird. 74 Prozent gaben an, dass Nachhaltigkeit in dem Geschäftsfeld, in dem sie arbeiten, schon jetzt eine große Rolle spiele. Einig waren sich die Befragten auch darin, dass Nachhaltigkeit noch nicht tief genug in den Prozessen und im Kerngeschäft verankert ist.

Wir kombinierten diese Ergebnisse mit der Befragung unserer externen Stakeholder sowie qualitativen Experten-Interviews.

Wie die 19 Nachhaltigkeitsthemen priorisiert wurden und wie sie den vier Handlungsfeldern zugeordnet sind, verdeutlicht unsere Wesentlichkeitsmatrix. Weitere Informationen, zum Beispiel zu den Definitionen der Themenfelder finden sich online auf unserer [Sustainability Microsite](#).

Fokusthemen definiert

Von den 19 für Axel Springer identifizierten relevanten Nachhaltigkeitsthemenfeldern kristallisierten sich acht als besonders wesentlich heraus – sowohl für unsere Stakeholder als auch für unser Geschäft. Das sind Vielfalt & Inklusion am Arbeitsplatz, (Journalistische) Unabhängigkeit, Privatsphäre & Datenschutz, Diversität in Medienprodukten, Klimawandel & Energie, Verantwortungsvolle Beschaffung & Menschenrechte, Aus- & Weiterbildung sowie Integrität & Compliance.

Die acht Fokusthemen werden von unterschiedlichen Fachbereichen im Unternehmen vorangetrieben, die Sustainability-Abteilung steht dabei als Sparringspartner zur Verfügung. Das Themenfeld Klimawandel & Energie verantwortet die Sustainability-Abteilung allein. Zudem unterstützt sie den Bereich Group Procurement beim Themenfeld Verantwortungsvolle Beschaffung & Menschenrechte durch enge Zusammenarbeit in Form von regelmäßigen Treffen und Workshops.



sind als wesentlich für das Nachhaltigkeitsmanagement definiert. Dabei wurden über 40 Top-Führungskräfte und 1.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingebunden

- Vorwort
- „a_new chapter“
- Unternehmensporträt
- Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

- 01** — nachhaltige unternehmensführung
Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation
- Wesentlichkeitsanalyse**
Stakeholderdialog
Corporate Governance & Compliance
Beschaffung & Menschenrechte

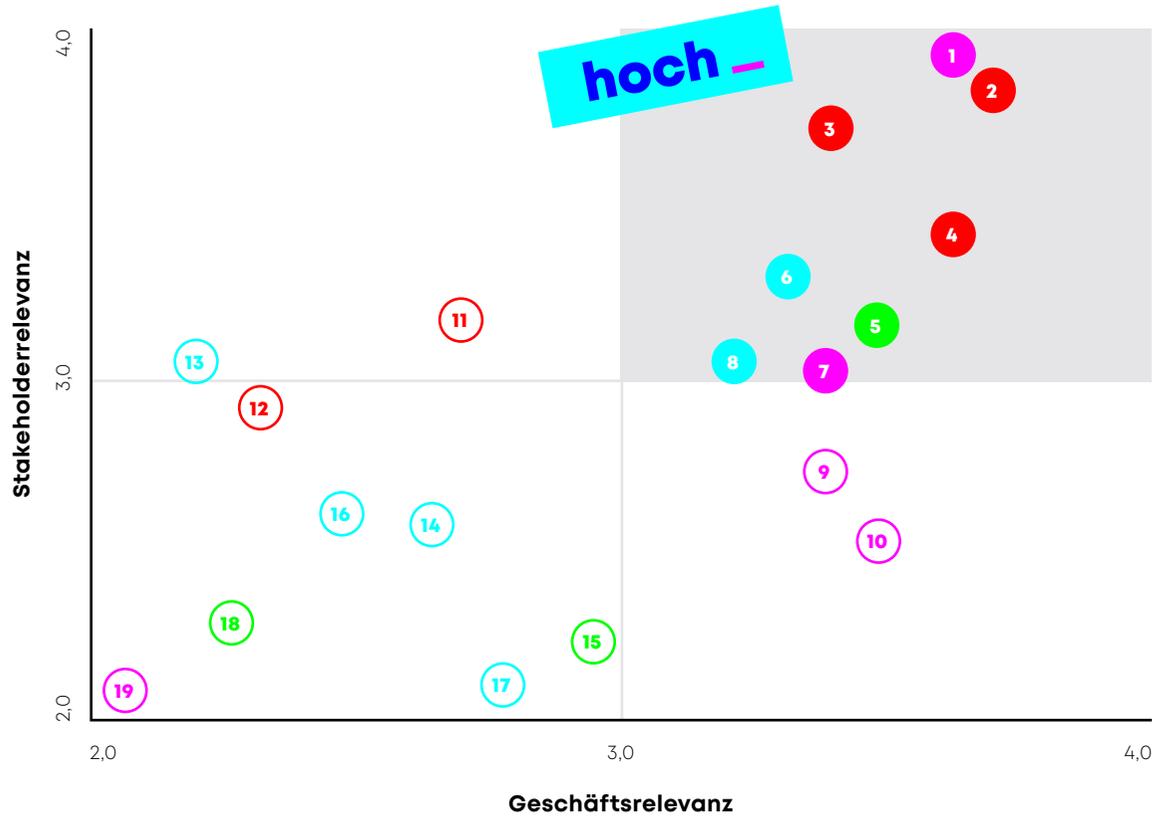
- 02** — produkte & services

- 03** — umwelt

- 04** — menschen

- GRI-Index
- Impressum

Wesentlichkeitsmatrix



Nachhaltigkeits-Themenfelder sortiert nach Wesentlichkeit

- **1** Vielfalt & Inklusion am Arbeitsplatz
- **2** (Journalistische) Unabhängigkeit
- **3** Datenschutz & Cybersecurity
- **4** Diversität in Medienprodukten
- **5** Klimawandel & Energie
- **6** Verantwortungsvolle Beschaffung & Menschenrechte
- **7** Aus- & Weiterbildung
- **8** Integrität & Compliance
- **9** Gesundheit am Arbeitsplatz
- **10** Arbeitsbedingungen & Mitsprache
- **11** Förderung von Nachhaltigkeit
- **12** Urheberrecht
- **13** Verantwortungsvolle Vermarktung
- **14** Unternehmensführung
- **15** Abfall & Plastik
- **16** Verantwortungsvolle Konzernpolitik
- **17** Anti-Korruption
- **18** Papier für Printmedien
- **19** Gesellschaftliches Engagement

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

- 01** — nachhaltige unternehmensführung
Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation
Wesentlichkeitsanalyse
Stakeholderdialog
Corporate Governance & Compliance
Beschaffung & Menschenrechte

- 02** — produkte & services

- 03** — umwelt

- 04** — menschen

GRI-Index

Impressum

Stakeholderdialog

Axel Springer steht im Austausch mit verschiedenen Stakeholdern. Als strategisch wichtig betrachten wir alle internen und externen Stakeholder, die von unserer Unternehmenstätigkeit an unseren Standorten direkt oder indirekt betroffen sind. Dazu gehören Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Geschäftspartner und Lieferanten, Kundinnen und Kunden, Nutzerinnen und Nutzer unserer Angebote, Investorinnen und Investoren sowie unser zivilgesellschaftliches Umfeld aus Start-ups, Vertreterinnen und Vertretern von Regierungen und Behörden, NGOs und Verbänden, Wissenschaft und Forschung sowie den Medien.

Auswahl unseres Stakeholder-Engagements



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

Regelmäßige 360°-Feedbacks, Betriebs- und Mitarbeiterversammlungen, interne Kommunikationskanäle, Befragungen zur Mitarbeiterzufriedenheit, Townhall-Talks mit dem Axel Springer Vorstand, Karrieremessen, Netzwerke (bspw. Sustainability Ambassadors)



Kundinnen und Kunden sowie Nutzerinnen und Nutzer:

Marktforschungsbefragungen, Leserbeiräte, Messen und Kongresse, Workshops



Geschäftspartner und Lieferanten:

Code of Conduct, Lieferantengespräche und -bewertungen, spezifische Einkaufsbedingungen für einzelne Branchen



Zivilgesellschaft:

Early-stage Investor APX, FreeTech Academy, lokale NGO- und Verbandsarbeit, Social Media und Website, Workshops

Den Austausch suchen und pflegen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beziehen wir über das Intranet sowie Betriebsversammlungen ein und befragen sie regelmäßig zu ihrer Zufriedenheit mit dem Arbeitsumfeld. Die letzte Befragung fand im März 2021 statt, siehe auch Kapitel "[Menschen](#)". Die Axel Springer Marktforschung führt regelmäßig Befragungen, Forschungsprojekte und Workshops für Markt-, Medien- und Trendanalysen durch. Außerdem treten wir bei Messen, Konferenzen und Workshops analog und digital mit unseren Kundinnen und Kunden in den Austausch. Wir binden unsere Zielgruppen auf Markenebene auch aktiv ein, beispielsweise über die Leserbeiräte bei der BILD. Für diese können sich alle bewerben, die Verbesserungsvorschläge in die Redaktion einbringen möchten. Unsere Kreditgeber sowie Investorinnen und Investoren informieren wir über den nichtöffentlichen Geschäftsbericht. Mit Gründerinnen und Gründern und dem journalistischen Nachwuchs stehen wir über unseren Early-stage Investor [APX](#) und über die Axel Springer [FreeTech Academy](#) – unsere Journalisten-Akademie – in engem Austausch.

Darüber hinaus bringt sich Axel Springer auf gesellschaftlicher Ebene durch Verbandsarbeit ein – unter anderem als Mitglied im Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger ([BDZV](#)), im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger ([VDZ](#)), im Bundesverband Digitale Wirtschaft ([BVDW](#)) und beim [Responsible Media Forum](#). In einigen dieser Verbände sind wir sowohl im Führungsgremium als auch in mehreren Arbeitskreisen vertreten – so zum Beispiel im [Arbeitskreis Corporate Digital Responsibility](#) des BVDW. Die internationalen Tochterunternehmen sind in ihren Ländern häufig ebenfalls Mitglied der jeweiligen Verbände.

Corporate Governance & Compliance

Die für die unternehmensweite Corporate Governance erforderlichen Systeme und Regelungen werden in einem funktionsübergreifenden Ansatz von den Zentralbereichen Group Legal, Group Compliance sowie Corporate Audit & Risk Management erarbeitet, vorgegeben und in angemessener Weise überwacht. Dabei verantwortet Group Compliance

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung
Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation
Wesentlichkeitsanalyse
Stakeholderdialog
Corporate Governance & Compliance
Beschaffung & Menschenrechte

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index
Impressum

das gruppenweite Compliance-Management-System (CMS). Das CMS von Axel Springer unterstützt das Unternehmen und seine Beschäftigten dabei, sich regelkonform zu verhalten und Gesetze, interne Regeln und selbst gesetzte Standards einzuhalten. Verstöße können das Unternehmen nachhaltig wirtschaftlich schädigen, zivil- und strafrechtliche Konsequenzen sowie Reputationsschäden nach sich ziehen. Vor diesem Hintergrund liegt das Ziel des Compliance-Managements insbesondere in der Schaffung von Strukturen und Prozessen, die ein rechts- und regelkonformes Verhalten von Organmitgliedern, Führungskräften und Mitarbeitern präventiv sicherstellen sollen. Ein Compliance Committee berät, unterstützt und kontrolliert die Arbeit des Chief Compliance Officer.

Code of Conduct und weitere Richtlinien geben Orientierung

Als Teil der Compliance-Organisation verfügt Axel Springer über einen verbindlichen [Code of Conduct](#). Die erste Fassung des Code of Conduct (CoC) erschien bereits 2011 und war damit einer der ersten in der Branche. Er ist bis heute der zentrale Leitrahmen für verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und gilt für alle Beschäftigten weltweit. Führungskräfte sind darüber hinaus besonders in der Verantwortung, ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geschäftsethische Orientierung zu geben. Sie haben eine besondere Verantwortung, integres Verhalten nicht nur zu fordern, sondern in der Praxis glaubhaft vorzuleben. Anfang 2021 wurde der CoC überarbeitet, um externe Entwicklungen wie die Digitalisierung und den internen Kulturwandel aufzugreifen. Der Code of Conduct integriert unter anderem die Unternehmensgrundsätze und -werte, Essentials, Führungsgrundsätze, journalistische Leitlinien, unsere International Social Policy und Nachhaltigkeits- und Umweltthemen.

Neben dem Code of Conduct als übergeordnetem Kodex regeln interne Richtlinien einzelne Geschäfts- und Verfahrenspraktiken z.B. zur Prävention von Korruption, zum Datenschutz oder zum Verhalten im Wettbewerb. Um auch dezentral die Einhaltung rechtlicher Anforderungen und Governance-Mindeststandards sicherzustellen, wurden für ausgewählte,

vornehmlich sensible Regelungsbereiche wie beispielsweise Steuern, Compliance und Anti-Korruption sogenannte Corporate Principles für ausgewählte Tochtergesellschaften eingeführt. Diese Principles enthalten Mindestvorgaben, die in der jeweiligen Tochtergesellschaft individuell umgesetzt und eingehalten werden müssen.

Ausgewählte Elemente des Compliance-Management-Systems

Der Fokus des Compliance-Management-Systems von Axel Springer liegt auf der Prävention von Compliance-Verstößen. Die Themen aus dem Code of Conduct werden deshalb durch umfassende Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen sowohl in Präsenz- als auch in Online-Schulungen kontinuierlich kommuniziert und vermittelt. Mithilfe von E-Learning-Modulen werden alle Beschäftigten zum Thema Datenschutz und Compliance & Business Ethics geschult. Daneben wird auch Präsenzschulungen eine große Bedeutung beigemessen, weil Fragen direkt beantwortet und Unsicherheiten unmittelbar identifiziert werden können. Beispielsweise werden Führungskräfte zur Datenschutz-Organisation vertiefend in Präsenz geschult. Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Journalistenschülerinnen und -schüler sowie Auszubildende erhalten in Onboarding-Trainings weiterführende Einblicke, die auf ihre Bedürfnisse und Risiken abgestimmt sind. Auch kartellrechtliche Themen werden zielgruppenspezifisch vermittelt. Die Sensibilisierung zum Thema „Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz und #metoo“ findet in Workshops statt und wird unternehmensweit angeboten.

Ein weiterer wichtiger Baustein des Compliance-Management-Systems von Axel Springer ist die Compliance-Risikoanalyse. Gemeinsam mit dem Team von Corporate Risk Management führt Group Compliance Risikoanalysen zu Compliance-spezifischen Risiken in den unterschiedlichen Geschäftsmodellen der Unternehmensbereiche von Axel Springer durch. Dabei werden u.a. Risiken zu Wirtschaftskriminalität, Korruption, Datenschutz und Wettbewerb analysiert und bewertet. Auf Basis der Compliance-Risikoanalyse werden Gegenmaßnahmen definiert und durchgeführt.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung
Nachhaltigkeitsstrategie & Organisation
Wesentlichkeitsanalyse
Stakeholderdialog
Corporate Governance & Compliance
Beschaffung & Menschenrechte

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Meldewege und niedrigschwellige Anlaufstellen

Für eine gute Corporate Governance und ein wirksames Compliance-Management bestehen verschiedene Meldekanäle für Compliance-Hinweise einschließlich eines elektronischen Hinweisgebersystems. Dieses ermöglicht sowohl Mitarbeitenden als auch externen Personen, vertraulich – und auf Wunsch anonym – Hinweise über Verstöße und Fehlentwicklungen abzugeben. Das elektronische Hinweisgebersystem ist über go.axelspringer.com/hinweisgebersystem erreichbar.

Erste Kontaktperson bei Fragen und Zweifeln, die Mitarbeitende oder Führungskräfte zu Compliance-Themen haben, sind die jeweiligen direkten Vorgesetzten. Darüber hinaus sind der Chief Compliance Officer, die lokalen Compliance-Verantwortlichen, die Mitglieder des Compliance Committee und der Betriebsrat vertrauensvolle Ansprechpersonen. Die Compliance-Verantwortlichen gehen jedem Hinweis und Verdacht auf unlauteres Verhalten nach. Jede Meldung wird dabei mit größtmöglicher Vertraulichkeit und höchster Sorgfalt behandelt. Insbesondere Konzernbetriebsvereinbarungen und die Geschäftsordnung des Compliance Committee regeln Näheres zum Ablauf einer internen Untersuchung.

Im Jahr 2018 wurden zusätzliche, niedrigschwellige Anlaufstellen für Betroffene von sexueller Belästigung am Arbeitsplatz und Diskriminierung geschaffen. Hierzu zählt insbesondere das Netzwerk der Vertrauenspersonen. Es besteht aus Kolleginnen und Kollegen unterschiedlicher Unternehmensbereiche und Hierarchiestufen, die auf ihre ehrenamtliche Rolle als Vertrauensperson mit spezifischen Schulungen und Coachings vorbereitet werden. Zusätzlich können sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an zwei externe Stellen wenden: Im Rahmen eines Employee Assistance Program haben sie die Möglichkeit, psychologische Unterstützung zu erhalten oder sich bei rechtlichen Fragen an eine externe Vertrauensanwältin zu wenden.

Beschaffung & Menschenrechte

Aktuell arbeitet Axel Springer mit über 20.000 Lieferanten zusammen, wovon etwa 150 als strategische Lieferanten gelten. Für eine Darstellung

unserer beiden zentralen Lieferketten, Print und Digital, siehe Kapitel "Umwelt". Die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen ist bei Axel Springer zweigliedrig organisiert. Die Einkäufe werden teilweise durch Group Procurement und teilweise dezentral durchgeführt. Das heißt, dass die Verantwortung für das Einhalten relevanter Gesetze und Verordnungen sowohl bei den Geschäftsführungen oder den Bereichs- oder Abteilungsleitungen als auch bei Group Procurement liegt.

Group Procurement unterstützt die Einkaufsorganisation von Axel Springer durch:

- Vertragsvorlagen, die gesetzliche Regelungen wie z.B. den Mindestlohn berücksichtigen;
- die Allgemeinen Einkaufsbedingungen, die Lieferanten zur Einhaltung der International Social Policy von Axel Springer verpflichten;
- Informationen über die Nachhaltigkeitsleistungen von Lieferanten (Menschen- und Arbeitsrechte, Umweltschutz, Verantwortung in der Lieferkette etc.) durch das Tool IntegrityNext.

Auf menschenrechtliche Sorgfaltspflicht vorbereitet

Auch Axel Springer ist zur Einhaltung des deutschen Lieferkettengesetzes verpflichtet, dessen Ziel es ist, den Schutz der Menschenrechte in globalen Lieferketten zu verbessern.

Die entsprechenden Rahmenbedingungen und Maßnahmen existieren bereits oder befinden sich in der Vorbereitung. Wir pflegen einen regelmäßigen Dialog mit unseren Lieferanten und legen Wert auf stabile und partnerschaftliche Beziehungen. Außerdem erwarten wir von unseren Lieferanten, in Übereinstimmung mit unserem Code of Conduct zu handeln, in dem die Wahrung der Menschenrechte beschrieben ist.

Im Jahr 2020 haben wir begonnen, uns anhand der Anforderungen des Nationalen Aktionsplans Menschenrechte (NAP) mit den absehbaren gesetzlichen Regelungen zu beschäftigen und geeignete Maßnahmen zu entwerfen. Dazu gehört die Analyse aller Lieferanten hinsichtlich Menschenrechtsrisiken unter Berücksichtigung von warengruppen- und

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
 unternehmensführung
 Nachhaltigkeitsstrategie &
 Organisation
 Wesentlichkeitsanalyse
 Stakeholderdialog
 Corporate Governance
 & Compliance
**Beschaffung &
 Menschenrechte**

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index
 Impressum

länderbezogenen Risiken. Im elektronischen Hinweisgebersystem von Axel Springer können auch zu Menschenrechtsverstößen anonyme Hinweise abgegeben werden. Wichtige Lieferanten werden seit 2020 mittels einer elektronischen Selbstauskunft und eines standardisierten Fragebogens zur Einhaltung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten befragt.

Dafür nutzen wir die Plattform IntegrityNext, die ein automatisiertes Social-Media-Monitoring von Lieferanten und das Einholen von Selbstauskünften bietet – unter anderem zum Thema Menschenrechte. Das Social-Media-Monitoring durchsucht verschiedene Quellen wie Twitter oder News von Medien oder NGOs. Bei negativen Meldungen erhalten wir eine Warnung und können entsprechende Maßnahmen einleiten. Im Berichtsjahr 2020 haben wir über IntegrityNext Selbstauskünfte von 149 Lieferanten eingeholt. Kritische Befunde im Bereich Menschen- und Arbeitnehmerrechte sind dabei nicht aufgetreten. Audits haben wir im Berichtszeitraum nicht durchgeführt.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis Ende 2021 eine Strategie für Nachhaltigkeit im Einkauf und in der Lieferkette zu entwickeln und daraus abzuleitende Maßnahmen ab 2022 umzusetzen.

(journalistische) unabhängigkeit 

02 Produkte & Services

Wir wollen Nachhaltigkeit noch stärker im Kerngeschäft verankern. Denn wir sind davon überzeugt, dass wir nur dann ein zukunftsfähiges Unternehmen sein können, wenn auch unsere Produkte, Wertschöpfungsketten und unternehmerischen Entscheidungen nachhaltig und verantwortungsvoll sind.

Von den acht in unserer Wesentlichkeitsanalyse identifizierten wesentlichen Themenfeldern für Axel Springer betreffen drei das Handlungsfeld Produkte & Services. Dazu zählen journalistische Unabhängigkeit, Diversität in Medieninhalten sowie Datenschutz und -sicherheit.

diversität in medieninhalten 

nachhaltigkeit im geschäftsmodell 

datenschutz & cybersecurity 

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung

02 — produkte & services

(Journalistische) Unabhängigkeit

Diversität in Medieninhalten

Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell

Datenschutz & Cybersecurity

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Axel Springer ist unter Betrachtung der Umsatzerlöse im digitalen Rubrikengeschäft sowie gemessen an der Zahl digitaler Abonnements ein führendes Medien- und Technologieunternehmen mit den geschäftlichen Schwerpunkten digitale Rubrikenangebote und Journalismus. Über 70 Prozent unserer Umsätze werden durch digitale Aktivitäten erwirtschaftet. Die Rubrikenangebote, insbesondere im Bereich der Stellen- und Immobilienanzeigen, sind wirtschaftlich betrachtet die wichtigste Säule im Konzern. Daneben umfassen die Angebote im Segment News Media ein breites Portfolio erfolgreicher Marken wie die der BILD- und WELT-Gruppe in Deutschland oder Insider Inc. in den USA.

(Journalistische) Unabhängigkeit

Die Unabhängigkeit und Integrität unserer Redaktionen sowie aller anderen Bereiche, Abteilungen und Gesellschaften von Axel Springer ist die Grundvoraussetzung unserer täglichen Arbeit. Ihre Bedeutung wurde in unserer [Wesentlichkeitsanalyse](#) dementsprechend hoch eingestuft.

„We empower free decisions. Dafür setzen sich unsere Redaktionen ebenso ein wie unsere Rubrikenportale.“

Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE

Journalistische Leitlinien

Die Redakteurinnen und Redakteure bei Axel Springer sind sich der Verantwortung bewusst, die sie mit unseren Medien, ob gedruckt, online, als Bewegtbild oder in anderer Form, für die Information und Meinungsbildung in der Gesellschaft haben. Unabhängigkeit ist die unverzichtbare Grundlage der Arbeit unserer Journalistinnen und Journalisten. Zur

Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit haben wir entsprechende [Leitlinien](#) aufgestellt. Diese Leitlinien konkretisieren und erweitern die Berufsethik der Presse, wie sie der Deutsche Presserat in Zusammenarbeit mit den Presseverbänden in den publizistischen Grundsätzen niedergelegt hat und zu der sich Axel Springer ausdrücklich bekennt. Die Einhaltung dieser Leitlinien bei der journalistischen Arbeit aller Redakteurinnen und Redakteure sowie aller übrigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, soweit sie die journalistischen Marken betreuen bzw. sonst mit journalistischer Tätigkeit in Berührung kommen, sichert die Rahmenbedingungen, die unabhängigen und kritischen Journalismus bei Axel Springer ermöglichen.

Die Leitlinien machen unter anderem Vorgaben zur

- Trennung zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten,
- Unabhängigkeit der Berichterstattung von privaten und geschäftlichen Interessen der Redakteurinnen und Redakteure,
- persönlichen Vorteilnahme,
- Behandlung von Quellen.

Die Chefredakteurinnen und Chefredakteure sind für die Einhaltung der Leitlinien und ihre Implementierung im Tagesgeschäft verantwortlich.

Diversität in Medieninhalten

Neben der Pressefreiheit ist auch die Meinungsvielfalt einer der Grundpfeiler einer Demokratie und freien Gesellschaft. Es ist uns wichtig, die Vielfalt der Gesellschaft in unseren Medienprodukten widerzuspiegeln. Dies ermöglicht gleichzeitig eine ausgewogene Berichterstattung. Die Entscheidungshoheit über journalistische Inhalte liegt dabei jederzeit allein bei den Redaktionen.

Vorwort

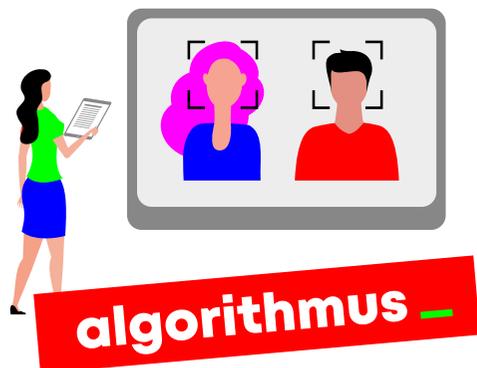
„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** — nachhaltige
unternehmensführung**02** — produkte & services
(Journalistische)
Unabhängigkeit**Diversität in
Medieninhalten****Nachhaltigkeit im
Geschäftsmodell****Datenschutz &
Cybersecurity****03** — umwelt**04** — menschenGRI-Index
Impressum

Die EqualVoice-Initiative

Die Schweizer Ringier Gruppe hat Ende 2019 die [EqualVoice-Initiative](#) ins Leben gerufen. Mithilfe eines eigens entwickelten semantischen Algorithmus wird der Anteil von Frauen und Männern in der Berichterstattung messbar gemacht. Weltweit ist der Anteil männlicher Personen in Medienartikeln höher als der Frauen-Anteil. Die Initiative verfolgt das Ziel, die Sichtbarkeit von Frauen zu erhöhen, mehr weibliche Vorbilder zu schaffen und Frauen und Männern in ausgewogener Art und Weise eine Stimme zu geben.

Die Analyse des EqualVoice-Faktors wird mittlerweile auch anderen Medienhäusern und für Unternehmenskommunikationen als Serviceleistung angeboten. Auch Ringier Axel Springer Polen [nutzt den EqualVoice-Faktor seit Anfang 2021](#).



zur Messung der Ausgeglichenheit medialer Sichtbarkeit
von Frauen und Männern in der Berichterstattung

Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell

Initiativen von idealo und Ringier Axel Springer Polen

Unsere Tochtergesellschaft idealo hat verschiedene Maßnahmen getroffen, die dazu beitragen, ihr Geschäft nachhaltiger zu machen. Als digitale Shopping- und Vergleichsplattform unterstützt idealo Nutzerin-

nen und Nutzer bei ihren Konsumentenscheidungen. Dabei macht idealo Gebrauch von einem großen Hebel, indem nachhaltigere Produktalternativen gelistet und gekennzeichnet sowie die Wiederverwendung bereits vorhandener Artikel gefördert werden. Dazu führte idealo bereits 2012 einen Filter für gebrauchte Produkte ein und leistet damit einen Beitrag zur Verlängerung von Produktlebenszyklen. 2015 wurde zudem eine Leistungsrichtlinie erarbeitet und implementiert. Diese stellt sicher, dass die Plattform nicht für den Vertrieb von Produkten genutzt wird, die den Werten von idealo widersprechen. Seit 2018 kann über eine zusätzliche Filterfunktion nach nachhaltigeren Produkten gefiltert werden. Diese werden anhand von 60 spezifischen Nachhaltigkeitszertifikaten und -siegeln ausgewählt. Mehr Informationen dazu finden sich auf der [idealo Website](#).

2019 ist unsere Tochtergesellschaft Ringier Axel Springer Polen als erstes polnisches Medienhaus Mitglied im „United Nations Global Compact“ geworden. Damit setzt es sich auch für die Erreichung der 17 globalen Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Agenda 2030 der Vereinten Nationen ein. Die Marken des Unternehmens, wie ONET, NOIZZ, Ofeminin und Newsweek, sensibilisieren ihre Leserinnen und Leser auf ihren Plattformen für den Klimawandel und initiieren Aktionen, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern. Ein Beispiel ist die 2020 gestartete [UN ACT NOW-Kampagne der Marke ONET](#). In dieser informiert ONET die Nutzerinnen und Nutzer zum Beispiel, wie sie ihren individuellen CO₂-Fußabdruck verringern können.

Datenschutz & Cybersecurity

Die Relevanz des Datenschutzes sowie die gesellschaftliche und politische Sensibilität für die eigene Privatsphäre und Sicherheitslücken im digitalen Bereich nehmen seit Jahren stetig zu. Vor diesem Hintergrund bewerten wir die Datensicherheit und den Datenschutz auch innerhalb aller unserer Angebote als von zentraler Bedeutung. Zur Sicherstellung des Schutzes der Daten unserer Kundinnen und Kunden und der Einhaltung datenschutzrechtlicher Regelungen legt Axel Springer ein besonderes Augenmerk auf die kontinuierliche Überprüfung und Verbesserung des Datenschutzmanagements und die Schaffung von Qualitätsstan-

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
unternehmensführung

02 — produkte & services
(Journalistische)
Unabhängigkeit
Diversität in
Medieninhalten
Nachhaltigkeit im
Geschäftsmodell

Datenschutz & Cybersecurity

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index
Impressum

dards. Letzteres ist Garant für einen sicheren und rechtskonformen Umgang mit den Daten unserer Kundinnen und Kunden, gewährleistet die Durchsetzung ihrer Rechte und trägt insbesondere dem Wunsch unserer Kundinnen und Kunden nach einem vertraulichen und sorgfältigen Umgang mit ihren Daten Rechnung.

Axel Springer hat seine Bemühungen zur Sensibilisierung aller seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter daher verstärkt und die erforderlichen Strukturen und Kapazitäten in allen Unternehmensteilen weiter ausgebaut. Hierbei wird ein dezentraler Ansatz verfolgt, welcher durch eine zentrale Anlaufstelle und Supportzentrum, den AS Data Privacy Hub, unterstützt wird. Der AS Data Privacy Hub bündelt Expertise und Erfahrungen aller Konzernteile und hält ein für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzbares Angebot an Know-how und Best-Practice-Empfehlungen zur Etablierung und Verbesserung eigener geeigneter Strukturen bereit. Dem dezentralen Ansatz folgend wurde darüber hinaus die Bildung von Datenschutzstrukturen innerhalb der einzelnen Konzerngesellschaften gefördert, welche ihr Datenschutzmanagement zwar autark, jedoch in engem Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen innerhalb des Konzerns und in Rückkoppelung mit Data & IP innerhalb Group Legal betreiben. Hierbei gehört neben Schulungs- und Trainingsangeboten, Merkblättern zu einer Vielzahl datenschutzrechtlicher Themen, Templates, Vertragsmustern und Prozessempfehlungen auch die Möglichkeit des konzernweiten Erfahrungsaustausches innerhalb des Data Privacy Hubs. Damit wird dem Umgang mit den Daten unserer Kundinnen und Kunden bzw. deren Betroffenenrechten effektiv und so effizient wie möglich Rechnung getragen.

Des Weiteren sorgen die Konzernrichtlinie Data & Privacy Verantwortlichkeiten (DS-Richtlinie) und das Corporate Principle Data & Privacy (CP) für klare Verantwortlichkeiten und organisatorische Pflichten (DS-Richtlinie) bzw. Mindeststandards (CPs). Die organisatorischen Strukturen bauen dabei neben den Datenschutzbeauftragten der jeweiligen Unternehmen auf den Einsatz von Data Privacy Managern und Product Ownern, die im Zusammenspiel und beraten durch die Datenschutzjuristen als Multiplikatoren für eine effiziente Datenschutz-Compliance

fungieren. Das konzernweit verfügbare Datenschutzmanagement-IT-System bietet allen Unternehmensteilen zudem die Möglichkeit einer rechtskonformen Umsetzung der Dokumentations- und Rechenschaftspflichten nach der DSGVO.

Neben der Gewährleistung der Betroffenenrechte unserer Kundinnen und Kunden durch die Einrichtung entsprechender Strukturen und zentraler Anlaufstellen überprüft und verbessert Axel Springer den Schutz der Daten der Kundinnen und Kunden vor unberechtigtem Zugriff und dem Verlust durch die feste Verankerung von Cybersecurity in allen Systemen und Prozessen.

Das Information Security Management System (ISMS), in Anlehnung an die einschlägige Industrienorm ISO 27001, schafft dabei die technischen und organisatorischen Voraussetzungen dafür, dass Vertraulichkeit, Verfügbarkeit sowie Integrität in der Datenverarbeitung sichergestellt werden können. Das ISMS beinhaltet die organisatorische Zuordnung von Verantwortlichkeiten an das Top-Management und die fachlichen Expertinnen und Experten der einzelnen Unternehmensbereiche. Weitere Kernaspekte sind die systematische Erfassung und Aktualisierung von Risiken sowie das Ableiten und Überwachen zugehöriger Maßnahmen zur Risikominimierung.

Corporate Digital Responsibility

Bei Axel Springer nutzen wir die mit der Digitalisierung einhergehenden Chancen für unsere Geschäftstätigkeit. Gleichzeitig sind wir uns der ökonomischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen bewusst, die damit verbunden sind. Wir wollen die digitale Transformation verantwortungsvoll sowie nachhaltig gestalten und uns über gesetzliche Vorgaben hinaus engagieren. Wir haben uns dafür der Corporate Digital Responsibility (CDR)-Initiative des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW) angeschlossen. Deren Ziel ist es, ein gemeinsames einheitliches CDR-Verständnis für Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft zu entwickeln sowie geeignete Maßnahmen für die Praxis abzuleiten.

03 Umwelt

Wir gehen verantwortungsvoll mit natürlichen Ressourcen um und möchten unseren ökologischen Fußabdruck so weit wie möglich reduzieren. Wir haben für den vorliegenden Bericht erstmals alle direkten und indirekten Emissionen aller Gesellschaften erfasst. Damit haben wir die Grundlage für unsere Klimastrategie geschaffen.

umweltauswirkungen unserer

wertschöpfungsketten

klimaschutz und energie

ressourcenverbrauch

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 nachhaltige unternehmensführung

02 produkte & services

03 umwelt

Umweltauswirkungen unserer Wertschöpfungsketten

Klimaschutz & Energie
Ressourcenverbrauch

04 menschen

GRI-Index
Impressum

Die Themen im Handlungsfeld Umwelt liegen in der Verantwortung der Sustainability-Abteilung. Dazu gehört, wesentliche Umweltauswirkungen des Unternehmens sowie Verbesserungs- und Reduktionspotenziale zu identifizieren. Zu ressourcenspezifischen Themen wie Papier, Transport, Energie, Wasser, Heizung, Abfall, Lebensmitteln oder Dienstreisen steht die Sustainability-Abteilung in regelmäßigem Austausch mit den entsprechenden Gesellschaften und Fachbereichen.

Umweltauswirkungen unserer Wertschöpfungsketten

Um die Umweltauswirkungen unserer Produkte zu analysieren, unterteilen wir diese entsprechend ihrer Wertschöpfungskette in gedruckte und digitale Inhalte, siehe Darstellung.



Die Umweltauswirkungen unserer Druckerzeugnisse sind weiterhin groß, verringern sich jedoch durch den branchenübergreifenden Aufwandsrückgang kontinuierlich. Die Papierlieferkette ist im Rahmen des Möglichen auf Effizienz und Ressourcenschonung optimiert. Dies zeigt sich zum Beispiel am hohen Anteil von Altpapier in unserem Zeitungspapier.

Die Energieeffizienz unserer digitalen Wertschöpfungskette entwickelt sich dynamischer und verdoppelt sich alle zwei bis drei Jahre. Allerdings wachsen unsere digitalen Produkte so schnell, dass Effizienzgewinne teils wieder durch Mehrnutzung aufgehoben werden.



Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen01 nachhaltige
unternehmensführung

02 produkte & services

03 umwelt

Umweltauswirkungen
unserer Wert-
schöpfungsketten**Klimaschutz & Energie**

Ressourcenverbrauch

04 menschen

GRI-Index

Impressum

Klimaschutz & Energie

„Klimaschutz und Energie“ ist als eines unserer Top-Themenfelder aus der Wesentlichkeitsanalyse hervorgegangen. Es ist einer der Hauptzuständigkeitsbereiche der Sustainability-Abteilung. Diese arbeitet daran, alle für Axel Springer relevanten Daten zu sammeln, um die Konzernklimabilanz zu ermitteln und wirkungsvolle Reduktionspotenziale zu identifizieren. Dafür haben wir 2021 eine Software implementiert, in der wir alle Umweltdaten aus den Jahren 2019 und 2020 gemäß dem [Greenhouse Gas Protocol](#) erfasst haben. Ziel ist es, bis 2022 eine ambitionierte Klimastrategie mit dem Ziel der Klimaneutralität für die Gruppe aufzustellen. Einige Tochtergesellschaften wie Bonial, idealo und Ringier Axel Springer Polen arbeiten schon heute klimaneutral.

Energiemanagement – Ökostrom-Anteil 2020 mehr als verdoppelt

Bedingt durch die weltweite Standortverteilung unserer Unternehmensgruppe gibt es kein zentral organisiertes, unternehmensweites Energiemanagement. Die Druckhäuser in Spandau, Kettwig und Ahrensburg verfügen über ein zertifiziertes Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001. Im Berichtsjahr haben sie u.a. ungenutzte Anlagen deaktiviert, die Beleuchtung durch Umbau auf LED-Technik optimiert und an die Anwesenheit der Beschäftigten angepasst. So ließen sich allein am Standort Ahrensburg 665.000 kWh Strom und 615.000 kWh Fernwärme einsparen. Unsere weiteren großen deutschen Standorte erfassen ihre Stromverbräuche jährlich im Rahmen eines Energieaudits gemäß DIN EN 16247-1.

Energieverbrauch

Energieform [kWh]	2019	2020	± [%]
Strom	61.928.573	65.403.966	+5,6
Heizung	48.019.688	50.786.642	+5,8
Gesamt	109.948.261	116.190.608	+5,7

Der Energieverbrauch im Konzern ist 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 5,7 Prozent angestiegen. Zwar sind sowohl die Strom- als auch Heizungsverbräuche der meisten Standorte leicht gesunken, was primär am Rückgang der Büroanwesenheit im Zuge der COVID-19-Pandemie lag. Allerdings wurde der Neubau am Berliner Hauptstandort 2020 erstmals in Betrieb genommen, wodurch ein deutlicher zusätzlicher Strom- und Wärmeeintrag hinzugekommen ist.

Anteil von Strom aus erneuerbaren Quellen

Stromtyp [kWh]	2019	2020	± [%]
Strom	61.928.573	65.403.966	+5,6
davon Ökostrom (gekauft, zertifiziert)	16.943.581	43.323.279	+155,7
davon Ökostrom (selbst erzeugt)	290.671	169.604	-41,7
Ökostromanteil [%]	27,8	66,5	+139,0

Wir haben 2020 am Hauptsitz in Berlin, am Standort in Hamburg, in den Druckereien sowie an einigen weiteren Außenstandorten und Gesellschaften der Gruppe auf zertifiziertem Strom aus erneuerbaren Quellen umgestellt. Somit haben wir mittlerweile einen Ökostromanteil von 66,5 Prozent im Konzern.

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

01_ nachhaltige unternehmensführung

02_ produkte & services

03_ umwelt
 Umweltauswirkungen unserer Wert-
 schöpfungsketten
Klimaschutz & Energie
 Ressourcenverbrauch

04_ menschen

GRI-Index
 Impressum

Klimaemissionen bilanzieren

Wir haben 2021 das erste Mal für Axel Springer eine gesellschaftsüber-
 greifende Klimabilanzierung vorgenommen. Dabei haben wir uns eng
 am [Greenhouse Gas Protocol](#) hinsichtlich der einbezogenen Emissions-
 quellen orientiert. Die wesentlichen Emissionskategorien haben wir wie
 folgt aufgeschlüsselt:



1. Gebäude

in Zusammenhang mit unseren Gebäuden
 stehende Emissionen



2. Beschäftigte

durch Fortbewegung oder Homeoffice
 verursachte Emissionen



3. Print-Produkte

in der Wertschöpfungskette unserer Print-Produkte
 entstehende Emissionen



4. Digital-Produkte

durch unsere digitalen Geschäftsmodelle
 entstehende Emissionen



5. Weitere Emissionen

sonstige Emissionen (abgeschätzt über
 Einkaufskosten)

emissionen nach kategorie

Für die Berichtsjahre 2019 und 2020 liegen uns Primärdaten aus den
 Emissionskategorien 1 bis 4 vor. Für die Kategorie 5 haben wir unsere
 finanziellen Aufwendungen zum Beispiel für Bürobedarf oder Beratungs-
 dienstleistungen in einen Emissionswert umgerechnet.

Die Gesamtemissionen von Axel Springer gingen 2020 im Vergleich zum
 Vorjahr um ca. 13 Prozent zurück. Begründen lässt sich dieser Rückgang
 zum einen mit sinkenden Auflagen im Printbereich, der pandemiebe-
 dingten Reduktion der Mitarbeiteremissionen und der Fertigstellung
 unseres Neubaus. Weitere Details und eine Bilanz nach dem GHG Proto-
 col finden sich in den folgenden Unterabschnitten.

Emissionskategorie [t CO ₂ e]	2019	2020	± [%]
Gebäude	35.787	29.942	-16,3
Beschäftigte	28.524	13.571	-52,4
Print-Produkte	149.655	126.838	-15,2
Digital-Produkte	143.008	160.788	12,4
Weitere Emissionen	92.867	60.328	-35,0
Gesamt	449.841	391.468	-13,0

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 nachhaltige unternehmensführung

02 produkte & services

03 umwelt
 Umweltauswirkungen unserer Wertschöpfungsketten
Klimaschutz & Energie
 Ressourcenverbrauch

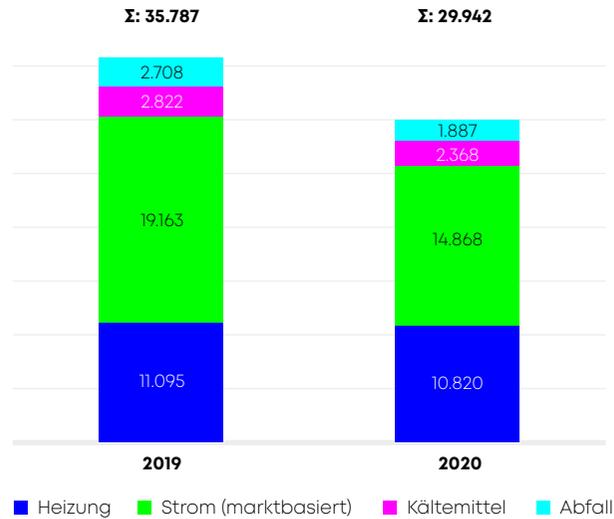
04 menschen

GRI-Index
 Impressum

Es bestehen noch diverse Datenlücken, die wir mit konservativen Schätzwerten geschlossen haben, um einen vollumfänglichen Fußabdruck zu erhalten. In den kommenden Jahren werden wir daran arbeiten, den Anteil der Primärdaten zu erhöhen. Für Print-Produkte wollen wir dafür mit diversen Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten. Bei den Digital-Produkten versprechen wir uns Fortschritte durch das [DIMPACT-Projekt des Responsible Media Forum](#).

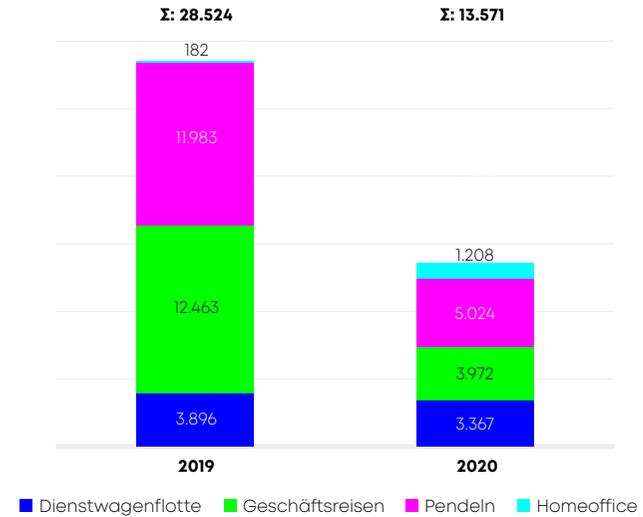
Emissionskategorie 1 – Gebäude

In der Gebäude-Emissionskategorie haben Strom und Heizung den größten Anteil. Diese Emissionen sind in den Berichtsjahren u.a. durch Ökogas- und Ökostrombezug gesunken. Hinzu kommen verringerte Emissionen aus dem Gebrauch von Kältemitteln und Abfall. Auch hieran hatte die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehende niedrigere Büroanwesenheitsquote einen großen Anteil.



Emissionskategorie 2 – Beschäftigte

In dieser Kategorie betrachten wir unsere Dienstwagenflotte, Geschäftsreisen, Pendeln und das Homeoffice. Während die Geschäftsreisen und das Pendeln aufgrund der Covid-19-Pandemie deutlich zurückgingen, sind die Emissionen aus dem Homeoffice stark angestiegen.



Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** nachhaltige
unternehmensführung**02** produkte & services**03** umweltUmweltauswirkungen
unserer Wert-
schöpfungsketten**Klimaschutz & Energie**

Ressourcenverbrauch

04 menschen

GRI-Index

Impressum

**Emissionskategorie 3 – Print-Produkte**

Wie im Abschnitt „Umweltauswirkungen unserer Wertschöpfungsketten“ beschrieben, machen unsere Druckerzeugnisse einen signifikanten Teil unserer Gesamtemissionen aus.

Die Emissionsintensität ist dabei von zahlreichen Faktoren abhängig. Wir gingen für unsere Klimabilanzierung von einem konservativen Wert von 1,3 Tonnen CO₂e je Tonne gedruckter Zeitung aus. Bei der Emissionsintensität von Magazinen liegt unsere Annahme bei 1,6 t CO₂e/t je Zeitschrift.

Lebenszyklusphase [t CO ₂ e]	2019	2020
1. Papierherstellung	102.337	86.730
2. Papiertransport	3.010	2.551
3a. Druckmaterialien (Aluminium, Farbe ...)	8.749	7.417
3b. Druckenergie	12.881	10.910
4. Weitertransport	15.153	12.852
5. Entsorgung	7.525	6.377
Gesamt	149.655	126.838

Unsere knapp 95.000 Tonnen Printerzeugnisse im Jahr 2020 verursachten 126.838 Tonnen CO₂e-Emissionen. Der Emissionsrückgang um 15,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist auf den branchenübergreifenden Auflagenrückgang zurückzuführen.

Mit 68 Prozent entsteht ein Großteil der Druckerzeugnis-Emissionen bei der Papierherstellung. Aufgrund der unvollständigen Primärdatenlage sind diese Werte näherungsweise bestimmt. In den nächsten Jahren werden wir die Datenlage verbessern.

**Emissionskategorie 4 – Digital-Produkte****Emissionen nach Lebenszyklusphasen**

Lebenszyklusphase [t CO ₂ e]	2019	2020	± [%]
1. Overhead IT-Infrastruktur	35.716	37.554	+5,1
2. Datenzentren	2.413	2.688	+11,4
3. Datenübertragung	26.001	29.134	+12,1
4. Geräte Endnutzer	78.878	91.413	+15,9
Gesamt	143.008	160.788	+12,4

Durch unsere gesteigerte Aktivität bei digitalen Produkten haben die Emissionen in allen Lebenszyklusphasen zugenommen. Die meisten Emissionen wurden durch den Stromverbrauch von Nutzergeräten verursacht. Dabei liegt der größte Anteil in der Produktkategorie TV, da die Endgeräte hier den meisten Strom verbrauchen.

Emissionen nach Produktkategorie¹

Digital-Produkte [t CO ₂ e]	2019	2020	± [%]
Websites (ohne Videos)	31.088	34.244	+10,1
Video-Streaming	3.956	4.539	+14,7
TV	73.919	86.207	+16,6
Gesamt	108.963	124.989	+14,7

¹Die Differenz zur ersten Digital-Tabelle entsteht, weil die Overhead IT-Infrastruktur von Axel Springer den jeweiligen Produkten nicht einzeln zugerechnet wurde.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** — nachhaltige
unternehmensführung**02** — produkte & services**03** — umweltUmweltauswirkungen
unserer Wert-
schöpfungsketten**Klimaschutz & Energie**

Ressourcenverbrauch

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

 **Emissionskategorie 5 – Weitere Emissionen**

Diese Kategorie verursachte im Berichtsjahr 2020 60.328 (Vj.: 92.867) Tonnen CO₂e-Emissionen. Sie basiert auf einer Emissionsabschätzung nach Einkaufskosten ("Procurement Spend Ansatz"). Dabei fiel besonders der Posten „Real Estate“ ins Gewicht. Dieser ist einmalig 2019 wegen des Axel-Springer-Neubaus am Standort Berlin höher ausgefallen. Die Eröffnung erfolgte im Laufe des Jahres 2020 und danach gab es keine signifikanten Bautätigkeiten mehr.

Klimaneutrale Tochtergesellschaften

Sechs unserer Tochtergesellschaften sind nach Kompensation der entstandenen CO₂-Emissionen klimaneutral: idealo, Ringier Axel Springer Polen, Bonial, Axel Springer Ideas Engineering, Axel Springer hy und APX. Somit arbeiten bereits über 15 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Axel Springer klimaneutral. Besonders progressiv ist die CO₂-Kompensation von idealo, wo nicht nur die Unternehmens-Emissionen, sondern auch 50 Prozent der privaten CO₂-Emissionen der Beschäftigten kompensiert werden. Dafür haben sie ein eigenes Projekt zur **Renaturierung eines Moores in Lüttwisch** umgesetzt. Auch **Ringier Axel Springer Polen** hat einen progressiven Ansatz gewählt. Ihre detaillierten Datenmodelle umfassen sämtliche Scope-3-Emissionen. Dadurch übernehmen sie auch für alle indirekten Emissionen Verantwortung und reduzieren bzw. – als letzte Option – kompensieren sie vollständig.

emissionen nach scopes**Unsere Klimabilanz nach Scopes**

Ergänzend zur internen Bilanzierung nach Emissionskategorien unterscheidet das **GHG Protocol** nach drei Scopes. Scope 1 umfasst bei Axel Springer die direkten Emissionen der Dienstwagenflotte, Kältemittel und Heizung. Scope 2 sind die indirekten energiebezogenen Emissionen aus Strom und Fernwärme. Alle weiteren indirekten Emissionen werden Scope 3 zugeordnet, worunter bei Axel Springer über 90 Prozent der Gesamtemissionen fallen.

Scopes nach GHG Protocol [t CO ₂ e]	2019	2020	± [%]
Scope 1	7.267	5.158	-29,0
Scope 2 (marktbasiert)	23.291	20.017	-14,1
Scope 3	419.227	366.126	-12,7
Gesamt	449.785	391.301	-13,0

Emissionen nach Scopes des GHG Protocol

Innerhalb der 15 Scope-3-Kategorien des GHG Protocol verursacht die Kategorie „Eingekaufte Produkte & Dienstleistungen“ einen hohen Emissionsanteil. Davon ist wiederum über ein Drittel auf das eingekaufte Papier zurückzuführen. Einen hohen Anteil unserer Scope-3-Emissionen verursachen zudem Nutzer-Endgeräte wie TVs und PCs.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** — nachhaltige
unternehmensführung**02** — produkte & services**03** — umweltUmweltauswirkungen
unserer Wert-
schöpfungsketten**Klimaschutz & Energie**

Ressourcenverbrauch

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Scope-3-Emissionen

Scope-3-Kategorie [t CO ₂ e]	2019	2020	± [%]	Kommentar
3.1 Einge kaufte Produkte & Dienstleistungen	280.964	234.761	-16,4	u.a. Zeitungspapier, IT-Infrastruktur, Datenübertragung
3.2 Kapitalgüter	-	-	-	Druckmaschinen sind unter 3.1, sonst gibt es keine Kapitalgüter
3.3 Brennstoff- & energie-bezogene Emissionen	6.370	6.163	-3,2	Netzinfrastruktur für Strom, Gas, Fernwärme, Brennstoffe
3.4 Transport & Verteilung (upstream)	3.010	2.551	-15,3	Papiertransport zu den Druckereien
3.5 Abfall	2.708	1.887	-30,3	Anfallender Abfall in Druckereien und Bürogebäuden
3.6 Geschäftsreisen	12.463	3.972	-68,1	Dienstreisen per Auto, Zug, Flugzeug, ÖPNV
3.7 Pendeln der Arbeitnehmer & Homeoffice	12.157	6.150	-49,4	via Auto, ÖPNV, Fahrrad; Strom/Heizung im Homeoffice
3.8 Angemietete/ geleaste Sachanlagen	-	-	-	Nicht zutreffend für Axel Springer
3.9 Transport & Verteilung (downstream)	15.153	12.852	-15,2	Zeitungstransport zu Verteilzentren und Kundinnen
3.10 Verarbeitung der verkauften Güter	-	-	-	Unsere Produkte werden nicht weiterverarbeitet

Scope-3-Kategorie [t CO ₂ e]	2019	2020	± [%]	Kommentar
3.11 Nutzung der verkauften Produkte	78.878	91.413	+15,9	Stromverbrauch bei der Nutzung unserer digitalen Produkte
3.12 End-of-life der verkauften Produkte	7.525	6.377	-15,3	Entsorgung unserer Zeitungen und Zeitschriften
3.13 Vermietete oder verleaste Sachanlagen	-	-	-	Nicht zutreffend für Axel Springer
3.14 Franchise	-	-	-	Nicht zutreffend für Axel Springer
3.15 Investment	-	-	-	Nicht berücksichtigt, relevanter für Investoren und Banken
Gesamt	419.227	366.126	-12,7	Rückgang u.a. durch Auflagen- minus und Fertigstellung Neubau

Klimastrategische Zielstellungen

Wir haben uns vorgenommen,

- bis 2022 eine Klimastrategie für Axel Springer zu verabschieden, beispielsweise entsprechend der Science-Based Target Initiative (SBTI),
- bis 2023 mindestens vier weitere Tochtergesellschaften dabei zu begleiten, vollständig klimaneutral zu werden, und
- bis 2023 im Rahmen einer branchenweiten Arbeitsgemeinschaft unsere Klimabilanzierung mit anderen Medien- und Tech-Unternehmen zu diskutieren und weiterzuentwickeln.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen01 — nachhaltige
unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

Umweltauswirkungen
unserer Wert-
schöpfungsketten
Klimaschutz & Energie**Ressourcenverbrauch**

04 — menschen

GRI-Index
Impressum**Ressourcenverbrauch**

Abfallvermeidung und Recycling sind uns wichtig, auch wenn die Mengen oft gering sind und bei Axel Springer keine signifikanten Sonderabfälle entstehen. Die Verantwortung für den schonenden Umgang mit Ressourcen obliegt dem Sustainability-Team sowie den entsprechenden Fachbereichen wie Gebäudemanagement, Vertrieb, Logistik, Gastronomie oder den Druckereien. In vielen Fällen sind die Tochtergesellschaften von Axel Springer nur Mietende, weshalb die Verantwortung für Abfall beim jeweiligen Vermietenden liegt. An den deutschen Verlagsstandorten ist in einigen Fällen die unternehmenseigene Axel Springer Services & Immobilien für die Steuerung des Abfallmanagements zuständig. In den Druckereien gibt es separate Ansprechpersonen.

Verursachter Abfall in Tonnen

Segment	2019	2020	± [%]
Classifieds Media	961	499	-48,1
News Media	10.257	8.139	-20,6
Marketing Media	93	104	+12,4
Services & Holding	187	421	+125,2
Gesamt	11.498	9.164	-20,3

Durch den Neubau am Hauptstandort hat die Menge an Abfall im Segment Services & Holding zugenommen. Insgesamt ist jedoch ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen, was teils auf die Corona-Pandemie und teils auf den Auflagenrückgang in den Druckereien zurückzuführen ist.

Plastikverbrauch minimieren

Bei Zeitungen und Zeitschriften wird grundsätzlich Plastik zum Schutz beim Transport eingesetzt. Zu einer Reduktion hat 2018 das vom Vorstand initiierte Projekt „No Plastic“ aufgerufen. Nach einer Analyse der eingesetzten Mengen konnten wir zwischen 2019 und 2020 durch erste Maßnahmen den Aufwand um fast 50 Prozent reduzieren. So wurden beispielsweise die Verpackungen bei Zeitungsabonnements abgeschafft. Stattdessen werden die Empfänger-Adressen nun direkt oder in Form von Etiketten auf die Zeitung gedruckt bzw. geklebt. Außerdem arbeiten wir im Rahmen der „No Plastic“-Initiative daran, den Einsatz von Plastik auch in der Gastronomie und dem Immobilienmanagement (Reinigung) weiter zu verringern. Seither wurden Plastikprodukte für Catering und Events bereits weitgehend ersetzt.

IT-Hardware sorgsam nutzen

Mit Blick auf unsere IT-Hardware achten wir auf eine möglichst lange Nutzungsdauer von technischen Geräten. Nach Ablauf der Mindestnutzungsdauer werden gebrauchte Geräte je nach Zustand aufbereitet und weiter genutzt, an gemeinnützige Organisationen gespendet oder sachgemäß entsorgt.

Axel-Springer-Neubau: Grün dominiert

Nach vierjähriger Bauzeit ist der **Neubau** am Stammsitz in Berlin offiziell eröffnet. Er befindet sich im Herzen des früheren Zeitungsviertels und führt mehr als 3.000 Beschäftigte zusammen. Das Konzept setzt dabei nicht nur auf eine inspirierende, ästhetisch ansprechende Arbeitslandschaft, sondern auch auf eine ökologische Bauweise. Der Bau hat beim Zertifizierungsstandard der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (**DGNB**) die Zertifizierung Gold erreicht. So wurden vor allem recycelbare und langlebige Materialien verbaut und ausschließlich LED-Leuchtmittel mit einer hohen Energieeffizienz und Leistung installiert. In den Hochbeeten auf der begrünten Dachterrasse wachsen Nutzpflanzen, die unter anderem für die Betriebsrestaurants verwendet werden.

04 Menschen

Was Axel Springer im Kern ausmacht, sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – ihre Vielfalt, ihre individuellen Fähigkeiten, ihr Wissen und ihr Engagement. Sie treten in ihrer täglichen Arbeit für unsere Unternehmenswerte ein: Unternehmertum, Integrität, Kreativität, Empathie und Nachhaltigkeit. Darauf sind wir stolz. Unser Ziel ist ein Arbeitsumfeld, in dem sich alle mit ihren Ideen bestmöglich einbringen und entfalten können. Denn nur mit vereinter Kraft können wir angesichts der rasanten Entwicklungen am Markt führend bleiben.

gesundheit

aus- & weiterbildung

attraktive arbeitsbedingungen

personalstruktur

vielfalt & inklusion

gesellschaftliches engagement

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen01 nachhaltige
unternehmensführung

02 produkte & services

03 umwelt

04 menschen

PersonalstrukturVielfalt & Inklusion
Attraktive Arbeits-
bedingungen
Aus- & Weiterbildung
Gesundheit
Gesellschaftliches
Engagement

GRI-Index

Impressum

Wesentliche Themenfelder aus dem Handlungsfeld Menschen

In unserer Wesentlichkeitsanalyse wurden die zwei Themenfelder Vielfalt & Inklusion sowie Aus- & Weiterbildung als besonders wesentlich für Axel Springer eingestuft. Wir geben in diesem Kapitel zudem Auskunft zu verwandten Themenfeldern, in denen wir uns in besonders hohem Maße engagieren.

Die endgültige Verantwortung für alle Personalthemen trägt der Vorstand der Axel Springer SE. Die Abteilung „Global People & Culture“ ist gruppenübergreifend für die Umsetzung der Personalstrategie und das Personalmanagement zuständig. Verantwortlich ist der Head of Global People & Culture. Grundlegender Leitrahmen für unser Handeln ist unser [Code of Conduct](#). Dort sind unsere auf die Arbeitskultur bezogenen Werte Fairness, Respekt, Chancengleichheit, Vielfalt, Verantwortung sowie Empathie beschrieben und was wir darunter verstehen. Diese Maßgaben gelten weltweit für die gesamte Unternehmensgruppe. „Global People & Culture“ arbeitet mit den People & Culture-Abteilungen der Business Units der Axel-Springer-Gruppe zusammen. Aufgabe aller People & Culture-Abteilungen ist es, Führungskräfte und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei zu unterstützen, sich zu entwickeln, zu vernetzen und den zukünftigen Erfolg von Axel Springer zu gestalten.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach Köpfen und Segmenten*

	2019	2020	± [%]
Classifieds Media	5.284	5.393	+2,1 %
News Media	9.243	9.450	+2,2 %
Marketing Media	969	1.084	+11,9 %
Services/Holding	621	519	-16,4 %
Gesamt	16.117	16.446	+2,0 %

*nach Stichtag zum 31.12.

Personalstruktur**Datenlage unserer Personalkennzahlen**

In der Regel geben wir die Personalzahlen stichtagbasiert (jeweils zum 31.12. des Jahres) an. Für Axel Springer können die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Diversitätskennzahlen für den Gesamtkonzern konsolidiert angegeben werden. Der Großteil der weiteren Personalkennzahlen liegt derzeit jedoch nur für die über die Personalservice GmbH abgerechneten Tochtergesellschaften und die Axel Springer SE vor. Dazu gehören neben der BILD GmbH noch über 40 weitere Gesellschaften. Wir kennzeichnen die jeweiligen Kennzahlen mit dem Kürzel **SSC**, was für Shared Service Center steht. Zum Stichtag umfasste dies 6.678 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, während wir konzernweit 16.446 Personen beschäftigen. Die Abdeckungsquote liegt mithin für viele der in diesem Kapitel genannten Zahlen bei 40,6 Prozent.

Die Abteilung People & Culture erfasst diese Zahlen systematisch und plant, die Datenerfassung für das nächste Jahr auszuweiten, um die Abdeckungsquote zu erhöhen.

Axel Springer beschäftigte zum Stichtag 16.446 (Vj.: 16.117) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auszubildende sowie Volontärinnen und Volontäre sind hierbei nicht mitgezählt. Im Ausland waren 8.019 Beschäftigte für uns tätig (Vj.: 7.641). Das entspricht einem Anteil von 48,8 Prozent (Vj.: 47,4 Prozent). Bei den im Shared Service Center (SSC, siehe Infokasten) betreuten Unternehmen waren im Berichtsjahr 2020 die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchschnittlich 9,6 (Vj.: 9,9) Jahre beschäftigt. 37,7 Prozent (Vj.: 39,6 Prozent) der Belegschaft gehörten den Unternehmen des SSC länger als zehn Jahre an. Die größte Altersgruppe im SSC (56,9 Prozent) ist zwischen 30 und 49 Jahren alt, die über 50-Jährigen machen 24,7 Prozent aus, die unter 30-Jährigen 18,4 Prozent.

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige
unternehmensführung

02  produkte & services

03  umwelt

04  menschen

Personalstruktur Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeits-
bedingungen
Aus- & Weiterbildung
Gesundheit
Gesellschaftliches
Engagement

GRI-Index
Impressum

Soweit freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Axel Springer tätig werden, erfolgen die Beauftragungen in sehr unterschiedlicher Weise und es kann keine Aussage über die Anzahl oder Dauer der Beauftragungen getroffen werden.

Altersstruktur der Beschäftigten im SSC, inkl. Aushilfen und Volontären

Alter	Redak- teure	Ange- stellte	Fachper- sonal	Aushilfen	Voluntäre / Azubis	Gesamt
Unter 30	7,5 %	14,6 %	0,3 %	88,3 %	94,5 %	18,4 %
30 bis 49	56,5 %	64,0 %	33,7 %	11,2 %	5,5 %	56,9 %
Über 50	36,0 %	21,4 %	66,0 %	0,6 %	0,0 %	24,7 %

Vielfalt & Inklusion

Diversity & Inclusion (D&I) zu leben, ist uns ein unternehmerisches Anliegen. Axel Springer hat bei seinen Geschäftsgrundsätzen, den sogenannten [Essentials](#), im Jahr 2020 den fünften Grundsatz auf die aktuelle Formulierung erweitert:

**„Wir lehnen politischen
und religiösen Extremismus
sowie alle Formen von
Rassismus und sexueller
Diskriminierung ab.“**

Damit wollen wir bestmögliche Teamarbeit, Innovation und Lösungsfindungsprozesse gewährleisten, neue Talente gewinnen und jeder Person die Möglichkeit geben, ihr ganzes Potenzial in die Arbeit einzubringen und zu entwickeln.

Um D&I bei Axel Springer zu institutionalisieren, haben wir im Juli 2020 die Position des Global Head of Diversity & Inclusion geschaffen und ein D&I-Team aufgebaut. Das D&I-Team gibt die strategische Ausrichtung von D&I bei Axel Springer vor. Die Head of Diversity & Inclusion berichtet an den Head of Global People & Culture der Axel Springer SE und arbeitet eng mit der Geschäftsführung aller nationalen und internationalen Tochtergesellschaften von Axel Springer zusammen. Darüber hinaus besteht die Aufgabe des Teams darin, den Wandel zu einem vielfältigeren und inklusiveren Arbeitsplatz im gesamten Konzern zu gestalten und dazu ein unterstützendes Netzwerk innerhalb des Unternehmens und der Tochtergesellschaften aufzubauen. Geschlechtergerechtigkeit in Führungspositionen wird eines der Schwerpunktthemen im Jahr 2021 und darüber hinaus sein. Bislang lag der konzernweite Anteil weiblicher Führungskräfte im Berichtsjahr bei 31,6 Prozent (Vj.: 32,0 Prozent). Im Jahr 2021 werden wir uns neue Ziele für den Anteil von Männern und Frauen in den jeweiligen Führungsebenen setzen.

In der Vergangenheit haben wir den konzernweiten Anteil weiblicher Führungskräfte getrennt für das Top-Management und die folgenden vier Führungsebenen ausgewiesen. Da People & Culture derzeit eine neue einheitliche Definition der jeweiligen Führungsebenen entwickelt, können wir in diesem Jahr nur den Gesamtanteil weiblicher Führungskräfte ausweisen. Hinsichtlich der Anteile von Männern und Frauen im Vorstand und Aufsichtsrat haben wir derzeit keine Zielgrößen definiert. Im Berichtszeitraum verkleinerte sich der Vorstand von fünf auf vier Mitglieder, sodass er seit Mai 2020 aus drei Männern und einer Frau besteht. Der Aufsichtsrat hat neun Mitglieder, wovon sieben Männer und zwei Frauen sind.

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

Personalstruktur

Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeitsbedingungen
Aus- & Weiterbildung
Gesundheit
Gesellschaftliches Engagement

GRI-Index

Impressum

Führungskräfte

	2019	2020
Weibliche Führungskräfte	571	529
Männliche Führungskräfte	1.215	1.146
Gesamtanzahl Führungskräfte	1.786	1.675
Anteil weiblicher Führungskräfte	32,0 %	31,6 %

Das D&I-Team betrachtet das Themenfeld Vielfalt & Inklusion mit einem ganzheitlichen Blick. Daher haben wir **7 Diversity-Dimensionen** definiert, die potenzielle Diskriminierungen widerspiegeln und somit als Leitfaden für Initiativen dienen. Gleichwohl ist uns bewusst, dass es viele Überschneidungen zwischen diesen Kategorien gibt und intersektionale Erfahrungen einer besonderen Aufmerksamkeit bedürfen.

1. **Alter & Generationen**
2. **Hintergrund & persönlicher Kontext**
3. **Ethnische Herkunft & Nationalität**
4. **Gender**
5. **LGBTQ+**
6. **Körperliche & geistige Fähigkeiten**
7. **Religion & Weltanschauung**

Im Jahr 2021 will das D&I-Team seine unternehmensweite Strategie vorstellen. 2020 wurden bereits mehrere Initiativen gestartet. Die Veröffentlichung von drei Handbüchern soll bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Bewusstsein für D&I schaffen und als Gesprächsgrundlage dienen. Das **D&I-Handbuch** wurde Ende 2020 veröffentlicht und bildet die Basis für die D&I-Arbeit, formuliert die Vision und Mission und setzt eine gemeinsame Sprache zum Thema.

Zum Internationalen Tag der Menschen mit Behinderungen am 3. Dezember wurde die **Disability Etiquette** veröffentlicht, die zu einem empathischeren und respektvolleren Umgang anregen soll und konkrete Tipps für bestimmte Situationen im Büroalltag gibt. Im Januar 2021 wurde ein D&I-Kalender mit internationalen Feier- und Gedenktagen veröffentlicht, um die Abteilungen und Teams über mögliche Termine zur Durchführung von Initiativen zu informieren.

Außerdem haben wir mehrere Veranstaltungen organisiert:

- Im Oktober 2020 fand die „Mental Health Awareness“ Week statt, um das Thema Psychische Gesundheit zu enttabuisieren und eine Plattform zu bieten, um Schwierigkeiten anzusprechen. Gerade während der Pandemie wurde diesbezüglich der Bedarf an Unterstützung der Mitarbeitenden deutlich.
- Im März 2021 veranstalteten wir zum Internationalen Frauentag eine Podiumsdiskussion zum Thema „Gender-balanced Leadership“.
- Im gleichen Monat haben wir erstmalig die interne „Week against Racial Discrimination“ ausgerichtet.
- Im Mai 2021 fand außerdem ein LGBTQ+ Allyship-Training statt.

Als zentrale Informations- und Kommunikationsplattform haben wir eine **D&I-Website** entwickelt, die im Juli 2021 gelauncht wurde und direkt mit der Karriere- und Unternehmenswebsite von Axel Springer verlinkt ist. Sie dient dazu, alle Mitarbeitenden des Axel-Springer-Konzerns mit D&I-Themen zu erreichen. Sie bietet Inhalte zur Bewusstseinsbildung, Informations- und Vernetzungsmöglichkeiten sowie Hinweise auf relevante Kontaktpersonen. Darüber hinaus können sich die Tochtergesellschaften und konzernweiten ERGs (siehe Erläuterung unten) mit ihren D&I-Aktivitäten präsentieren und so einen Austausch von Best-Practice-Beispielen bieten. Parallel zum Website-Launch starteten wir einen monatlichen D&I-Newsletter, zu dem sich interessierte Mitarbeitende anmelden können, und organisierten einen ersten virtuellen D&I-Lunch zum Austausch.

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige
 unternehmensführung

02  produkte & services

03  umwelt

04  menschen
 Personalstruktur
Vielfalt & Inklusion
 Attraktive Arbeits-
 bedingungen
 Aus- & Weiterbildung
 Gesundheit
 Gesellschaftliches
 Engagement

GRI-Index
 Impressum

Sollte diskriminierendes Verhalten vorkommen, sind alle direkt oder indirekt betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angehalten, die eingerichteten, anonymen Meldekanäle zu nutzen. Dazu gehören das elektronische Hinweisgebersystem und das Netzwerk aus Vertrauenspersonen. Nähere Informationen zu Compliance finden sich im Kapitel „Nachhaltige Unternehmensführung“.

Mitarbeitende engagieren sich in Employee Resource Groups

Seit 2014 sind einige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den sogenannten Employee Resource Groups (ERGs) aktiv. Sie beruhen auf ehrenamtlichem Engagement der Mitarbeitenden und bilden sich zu Themen, die im Unternehmen und in der Gesellschaft unterrepräsentiert sind. Das D&I-Office unterstützt diese ERGs mit Expertise, Beratung und finanziellen Mitteln, die aus dem D&I-Budget bereitgestellt werden. Anfang 2021 veröffentlichte das D&I-Team das „ERG-Playbook“, das den Gründungsprozess von ERGs bei Axel Springer beschreibt. Daraufhin gründeten Mitarbeitende eine neue ERG: inbetween. Die ERGs werden bei der Gründung und darüber hinaus durch das D&I-Team begleitet und unterstützt. Das D&I-Team arbeitet themenspezifisch eng mit den ERGs zusammen und zieht die Mitglieder zurate. Darüber hinaus fördert das D&I-Team die Vernetzung und den Austausch zwischen den globalen ERGs sowie zwischen ERGs aus einzelnen Gesellschaften.

Folgende [globale ERGs](#) gibt es derzeit bei Axel Springer:

queerseite – vertritt seit 2014 die Interessen der LGBTQ+ Community von Axel Springer.

„as_women“ – 2019 gegründetes Netzwerk für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich für die Gleichberechtigung der Geschlechter interessieren und einsetzen.

inbetween – Anfang 2021 gegründete ERG für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Migrationshintergrund und People of Color. Der Name bezieht sich auf das Gefühl, zwischen verschiedenen Kulturen aufzuwachsen.

Für die Entwicklung von Diversity-Initiativen ist es von großem Vorteil, mit personenbezogenen Daten im eigenen Unternehmen arbeiten zu können. Es gibt jedoch Einschränkungen zu beachten – beispielsweise ist die Erhebung von Diversity-Daten bei Neueinstellung nur über Geschlecht und Nationalität zulässig. Abgesehen von den rechtlichen Beschränkungen der Datenerhebung ist es auch wichtig, die Stigmatisierung von Minderheitengruppen nicht durch die Art und Weise der Datenerhebung zu fördern. Einige Tochterunternehmen von Axel Springer haben daher damit begonnen, durch anonyme Umfragen zur Selbstidentifikation ein fundierteres Verständnis über ihre Belegschaft zu gewinnen.

Die folgenden Zahlen stellen die Datenbasis dar, die uns auf Konzernebene zur Verfügung steht und die teils Daten aus dem **SSC** (siehe [Info-box](#)) umfasst. Wir arbeiten daran, die Daten künftig auf Konzernebene erheben zu können.

Zum Stichtag waren im Konzern 7.239 Frauen (Vj.: 7.047) und 9.207 Männer (Vj.: 9.070) beschäftigt. Der Frauenanteil lag mit 44,0 Prozent ähnlich hoch wie im Vorjahr (43,7 Prozent). Unter den 6.678 Beschäftigten im SSC sind 94 (Vj.: 87) Nationalitäten vertreten und 811 (Vj.: 671) Personen nichtdeutscher Herkunft. Der Anteil der Beschäftigten mit einer Schwerbehinderung lag bei SSC zum Stichtag bei 3,2 Prozent (Vj.: 3,5 Prozent). Wir arbeiten auf ein inklusiveres Arbeitsumfeld hin, in dem Menschen mit schweren Behinderungen einen Beitrag als Arbeitskraft leisten können und sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sicher fühlen, auch unsichtbare Behinderungen offenzulegen.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen**01** nachhaltige
unternehmensführung**02** produkte & services**03** umwelt**04** menschen

Personalstruktur

Vielfalt & Inklusion**Attraktive Arbeits-
bedingungen**

Aus- & Weiterbildung

Gesundheit

Gesellschaftliches
Engagement

GRI-Index

Impressum

Weitere Kennzahlen

Mitarbeitende nach Beschäftigungs- verhältnis (Voll-/Teilzeit) im SSC	2019	2020
Anzahl Angestellte (gesamt)	6.774	6.678
Davon weiblich	2.706	2.652
Davon männlich	4.068	4.026
Vollzeitangestellte	4.834	4.812
Davon weiblich	1.717	1.692
Davon männlich	3.117	3.120
Teilzeitangestellte	1.940	1.866
Davon weiblich	989	960
Davon männlich	951	906

Konzernweite Verteilung der Angestellten nach Geschlecht in %	2019	2020
Anzahl MA	16.117	16.446
Davon weiblich	43,7 %	44,0 %
Davon männlich	56,3 %	56,0 %
Keine Angabe	0,0 %	0,0 %

Diversität im Top-Management Verteilung nach Geschlecht in %	2019	2020
Gesamt	14	13
Weiblich	28,6 %	23,1 %
Männlich	71,4 %	76,9 %
Keine Angabe	0,0 %	0,0 %
Altersstruktur in %		
< 30 Jahre	0,0 %	0,0 %
≥ 30 < 50 Jahre	14,3 %	23,1 %
≥ 50 Jahre	85,7 %	76,9 %

Attraktive Arbeitsbedingungen

Entscheidend für unseren Erfolg sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Demografischer Wandel, Fachkräftemangel und der wachsende Bedarf an IT-Expertise bedeuten damit auch für Axel Springer eine Herausforderung. Um Mitarbeitende langfristig zu binden und auch in Zukunft die besten Nachwuchskräfte anzuziehen, machen wir attraktive Angebote. So können unsere festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zahlreiche betriebliche Leistungen wahrnehmen – unabhängig davon, ob sie in Vollzeit oder Teilzeit arbeiten. Dazu gehören beispielsweise vermögenswirksame Leistungen, Unfall- und Auslandskrankenversicherungen sowie die Möglichkeit für Sabbaticals. Axel Springer bietet allen Beschäftigten der Holding und der hundertprozentigen Tochtergesellschaften in Deutschland eine betriebliche Altersvorsorge als Vario-Rente oder Direktversicherung.

*Teilzeit: Der Beschäftigte arbeitet nicht zu 100 Prozent der in einer Gesellschaft üblichen Wochenarbeitszeit. Die Wochenarbeitszeit schwankt je nach Gesellschaft.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige unternehmensführung02  produkte & services03  umwelt04  menschen

Personalstruktur

Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeitsbedingungen

Aus- & Weiterbildung

Gesundheit

Gesellschaftliches Engagement

GRI-Index

Impressum

Faire Vergütung und Teilzeit gewährleistet

Die Leistungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen wir fair und angemessen vergüten. Unsere Löhne und Gehälter sowie gewährte Sozialleistungen entsprechen den jeweiligen nationalen gesetzlichen Mindestnormen oder liegen darüber. In erster Linie orientieren wir uns beim Gehalt an der Stellenbewertung und daran, welche Funktion, Aufgaben und Verantwortung jemand übernimmt. Die Vergütung besteht unternehmensweit aus einem fixen und – für berechnete Personen zusätzlich – aus einem variablen Anteil. Dabei berücksichtigen wir die individuelle Leistung, die Berufserfahrung sowie die Entwicklung am Arbeitsmarkt. Die variable Vergütung basiert auf leistungs- und erfolgsorientierten Zielvereinbarungen. Einzelne Tochtergesellschaften wie AWIN, Insider und Axel Springer News Media & Tech haben 2019 eine Gender-Pay-Gap-Analyse durchgeführt, um eventuelle geschlechterspezifische Gehaltsunterschiede zu untersuchen.

Für Menschen in unterschiedlichsten Lebenssituationen wollen wir bei Axel Springer zeitgemäße Arbeitsbedingungen bieten – beispielsweise mit flexiblen Arbeitszeitmodellen. Es arbeiten zahlreiche Führungskräfte in Teilzeit und auch Modelle wie Jobsharing werden in einzelnen Tochtergesellschaften bereits erfolgreich umgesetzt. 2020 befanden sich 405 unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mindestens einen Monat in Elternzeit. Dabei ermutigen wir explizit auch Väter, ihre Elternzeit in Anspruch zu nehmen.

Elternzeit

Anzahl der Beschäftigten im SSC, die Elternzeit in Anspruch genommen haben	2019	2020	± [%]
Weiblich	231	238	+3 %
Männlich	190	167	-12 %
Gesamt	421	405	-4 %

Beruf und Familie besser verbinden

Uns ist bewusst, dass es nicht immer leicht ist, Berufs- und Familienleben miteinander in Einklang zu bringen. Um Eltern bei der Kinderbetreuung zu unterstützen, haben wir zwei **Betriebskindergärten** mit 65 und 36 Plätzen. Es gibt zudem eine Notbetreuung, Ferienangebote über verschiedene externe Partner sowie eine Vermittlung von Nannys. In Kooperation mit dem Dienstleister pme Familienservice können unsere Beschäftigten zudem ein umfangreiches Beratungs- und Coaching-Angebot nutzen. Seit 2017 können sie sich auch über eine eigene Teams-Community namens „AS Familienetzwerk“ austauschen. Insbesondere während der Pandemie haben sich 2020 die virtuelle Kinderbetreuung sowie die vergünstigten Konditionen für Lernhilfe und Hausaufgabenbetreuung bewährt.

Interesse von Mitarbeitenden vertreten und sichern

Viele Unternehmen der Axel-Springer-Gruppe sind Mitglied von Arbeitgeberverbänden, die mit den Gewerkschaften Tarifverträge geschlossen haben, in denen die grundlegenden Beschäftigungsbedingungen geregelt sind. Das betrifft vor allem Redakteurinnen und Redakteure, aber auch kaufmännische Angestellte oder aber die Mitarbeitenden unseres hausinternen Catering-Unternehmens PACE. Insgesamt werden 28,5 Prozent der deutschen Mitarbeitenden nach Tarifverträgen behandelt. Neben den Manteltarifverträgen des BDZV, des ZVV und der DEHOGA zu den allgemeinen Beschäftigungsbedingungen gibt es besondere Haustarifverträge z.B. zur Altersteilzeit bzw. zur Teilnahme am virtuellen Beteiligungsprogramm für Beschäftigte.

Mitsprache und Dialog sind uns wichtig. Wir führen regelmäßige Befragungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch und leiten aus den Ergebnissen konkrete Maßnahmen ab, zum Beispiel zur verbindlichen Einführung eines hybriden Arbeitsmodells. So rechnen wir auch nach der Pandemie durchschnittlich mit einem Anteil von ca. 50 Prozent mobilen Arbeitens. In verschiedenen, regelmäßigen Townhall-Formaten sucht unser Vorstand den Dialog mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Außerdem haben diese die Möglichkeit, sich bei regelmäßigen „Virtual Coffee Breaks“ in kleiner Runde unmittelbar mit den Vorstandsmitgliedern auszutauschen.

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige unternehmensführung

02  produkte & services

03  umwelt

04  menschen
Personalstruktur
Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeitsbedingungen

Aus- & Weiterbildung

Gesundheit
Gesellschaftliches Engagement

GRI-Index

Impressum

Die Betriebsräte vertreten die Interessen der Beschäftigten in den Einzelunternehmen. Für die Angelegenheiten, welche den Konzern oder mehrere Konzernunternehmen betreffen und welche einzelne Betriebsräte innerhalb ihrer Betriebe nicht regeln können, gibt es den Konzernbetriebsrat und einen europäischen Betriebsrat (SE-Betriebsrat). Insgesamt gehören dem Konzernbetriebsrat im Moment 44 Kolleginnen und Kollegen aus allen Gesamtbetriebsräten und den 30 Betriebsräten von Einzelunternehmen der Axel-Springer-Gruppe an. Vorstand, Geschäftsführungen, die People & Culture-Abteilungen und die Vertreter der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen in engem Kontakt. Sie tauschen sich regelmäßig zu allen mitarbeiterrelevanten Fragen aus. Das reicht von wöchentlichen Jours fixes auf lokaler Ebene bis hin zu quartalsweisen Jours fixes mit den jeweiligen Bereichsvorständen.

Aus- & Weiterbildung

Axel Springer hat sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt, um erfolgreich zu bleiben. Wir befähigen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihre berufliche Entwicklung als Lernreisen selbst zu steuern, sich auszutauschen und ihre Arbeitsformenkonzepte aktiv mitzugestalten. Denn nur mit motivierten und befähigten Beschäftigten können wir in unserem schnelllebigen, digitalen und von stetigem Wandel geprägten Geschäftsumfeld erfolgreich bleiben.

Das Global People & Culture-Team verantwortet konzernweit Personalthemen, wie auch das Leadership und Talent Development. Darüber hinaus gibt es in den einzelnen Tochtergesellschaften Learning & Development-Teams, die näher an den Marken und deren Anforderungen sind. Die Teams haben die Aufgabe, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Führungskräfte bei der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung zu begleiten. Axel Springer bietet seinen Beschäftigten ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm mit vielfältigen Lern- und Weiterentwicklungsangeboten an. Diese Angebote werden in der Lernplattform Learning Hub gebündelt. Als zusätzlichen Ort für Inspiration und innovatives Lernen haben wir im Axel-Springer-Neubau eine innovative Trainingsfläche eingerichtet. Das sogenannte Learning Lab lädt zum erlebnisorientierten Lernen ein und ermöglicht es, neue Technologien selbstständig auszuprobieren.

Vielseitige Lernangebote

2020 wurden im Segment News Media National rund 30.000 Stunden an Aus- und Weiterbildung durchgeführt. Dabei ging es hauptsächlich um Trainings zu überfachlichen Kompetenzen. Aufgrund der COVID-19-Pandemie mussten wir von Präsenztrainings auf kürzere Onlineformate umstellen, weswegen die Anzahl der durchgeführten Trainingsstunden im Vergleich zum Vorjahr 2019 deutlich zurückgegangen ist. Die positiven Erfahrungen mit digitalen Lernangeboten verstärken unser Vorhaben, mehr digitale Lerninhalte anzubieten und mehr auf „Blended Learning“ zu setzen: Darunter verstehen wir eine Kombination aus Präsenzveranstaltungen und Online-Inhalten sowie Foren zum Austausch und Üben mit „Study Buddies“, die sich über einen Zeitraum von mehreren Wochen erstrecken. Ab Juli 2021 werden alle Lern- und Weiterentwicklungsangebote auf einer zentralen Lernplattform, dem Learning Hub, gebündelt, um so Wissen stärker zugänglich zu machen. Auf dieser Lernplattform sind u.a. Trainings, Vorträge, E-Learnings sowie der Axel Springer Learning-Podcast „mindsnack“ zu finden.

Jährliche Trainingsstunden im Segment News Media National

Jährliche Trainingsstunden im Segment News Media National	2019	2020
Trainingsstunden Mitarbeitertrainings	22.402	12.487
Trainingsstunden Führungskräftetrainings	15.664	8.655
Trainingsstunden E-Learning	2.714	8.210
Trainingsstunden insgesamt	40.780	29.352

Fachspezifische Weiterbildungen organisieren die Fachbereiche selbst.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

Personalstruktur

Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeitsbedingungen

Aus- & Weiterbildung

Gesundheit

Gesellschaftliches Engagement

GRI-Index

Impressum

Nachwuchs fördern

Wir möchten Talente binden und dabei unterstützen, sich im Unternehmen neuen Herausforderungen zu stellen. Über Netzwerkveranstaltungen und gezielte Talent-Initiativen macht das Team Talent Management potenzielle Führungskräfte auf Bereichs- und Vorstandsebene sichtbar und informiert über Entwicklungsmöglichkeiten und Vakanzen bei Axel Springer. Zu den Fördermöglichkeiten zählt auch ein Mentoring-Programm. In dem Jahrgang 2019/2020 haben 50 Tandems teilgenommen und einander für ein Jahr begleitet.

Der journalistischen Nachwuchsförderung haben wir uns seit 1986 über eine eigene Journalistenschule verschrieben. Seit 2007 hieß sie Axel Springer Akademie und hat seither jährlich bis zu 40 Journalistinnen und Journalisten ausgebildet, im Berichtsjahr haben 34 die Ausbildung abgeschlossen. 2020 ging die Akademie in der neu geschaffenen [FreeTech – Axel Springer Academy of Journalism and Technology](#) auf. Dahinter steht das Ziel, die eigene Technologiekompetenz langfristig auszubauen, Journalismus und Technologie miteinander zu verbinden und die Grundlage für eine enge Zusammenarbeit von Journalistinnen und Journalisten mit Tech-Expertinnen und -Experten zu legen. Die Ausbildung der ersten zwölf Tech-Stipendiaten an der FreeTech Academy ist im September 2020 gestartet.

Eine weitere Aufgabe der FreeTech Academy wird es sein, Technologie-themen noch stärker in den Weiterbildungsprogrammen bei Axel Springer zu verankern, damit möglichst viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Technologiekompetenz vertiefen und vermehrt für ihre Arbeit nutzen können. Zudem wird die FreeTech Academy als Thinktank agieren und Forschungsprojekte an der Schnittstelle zwischen Technologie und einer freiheitlichen Gesellschaft ermöglichen.



34 Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten beendeten 2020 ihre Ausbildung an der Axel-Springer-Akademie erfolgreich

Entwicklung ermöglichen

Der Blick von außen ist oft sehr hilfreich, um das eigene Entwicklungspotenzial zu erkennen. Wir fördern eine Kultur konstanten, wertschätzenden Feedbacks, welche eigenständiges Lernen und persönliche Entfaltung vorantreiben soll. Ende 2020 haben wir dazu mit dem Rollout des Tools „reflect“ begonnen. Es bietet jährliches 360°-Feedback und soll auch vermehrt situative Rückmeldungen anregen. Dieses Feedback dient als Grundlage für jährlich stattfindende Entwicklungsgespräche mit der oder dem Vorgesetzten, bei dem Ziele und Maßnahmen für die Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter festgelegt werden. Diesen Austausch haben wir seit 2009 als Entwicklungsdialog systematisiert und 2020 mit dem Feedbacksystem "reflect" weiterentwickelt.

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige unternehmensführung02  produkte & services03  umwelt04  menschen

Personalstruktur

Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeitsbedingungen

Aus- & Weiterbildung

Gesundheit

Gesellschaftliches Engagement

GRI-Index

Impressum

Gesundheit

Ein sicheres, gesundes und motivierendes Arbeitsumfeld ist die beste Voraussetzung, um Innovationskraft und Leistung unserer Teams langfristig zu erhalten und zu fördern. Wir wollen Arbeitsunfälle und berufsbedingte Erkrankungen vermeiden, seien es physische oder psychische. Axel Springer bietet länder- und bereichsspezifisch eine Vielzahl von gesundheitsfördernden Maßnahmen an. Wir haben zudem vor, in den nächsten Jahren ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) mit einem Steuerungskreis einzuführen. Verantwortlich für die Gesundheitsförderung ist der Head of Benefits & Health im Bereich People & Culture. Die Verantwortung für Arbeitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz an den deutschen Standorten trägt die Leitung des Bereichs Axel Springer Services & Immobilien. An jedem Standort oder Unternehmensbereich sind lokale Sicherheitsbeauftragte und eine Vertretung der Geschäftsführung zuständig für Arbeitsschutzgesetz, Brandschutz und Gefährdungsbeurteilungen (GB), sowohl physischer als auch psychischer Art (GB Psych). Wir prüfen die Situation durch regelmäßige Umfragen unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Monitoring der Gesundheitsdaten und werten systematisch Unfallanzeigen aus. Probleme können über das Facility-Management-Service-Portal gemeldet werden. Management und Betriebsrat der jeweiligen Standorte treffen sich mindestens vier Mal im Jahr zu Arbeitsausschuss-Sitzungen (ASA), um Vorfälle zu besprechen und eventuelle Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Im Berichtsjahr gab es am Berliner Hauptstandort 13 Arbeitsunfälle (Vj.: 19) und 23 Wegeunfälle (Vj.: 39) mit mehr als einem Ausfalltag, keiner davon schwer oder tödlich. Der Rückgang ist unter anderem auf die geringere Anwesenheit während der Corona-Pandemie zurückzuführen.

Corona-Taskforce

Die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen, hat für uns immer höchste Priorität. Während der Corona-Pandemie haben wir kurzfristig für die deutschen Gesellschaften eine fachübergreifende Taskforce mit rund 70 Mitgliedern gebildet, die sich bedarfsorientiert der Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter widmet. Wir sind den Vorgaben der Bundesregierung gefolgt und haben innerhalb weniger Tage Mobile Office für unsere Beschäftigten ermöglicht. Die Anwesenheitsquote betrug seit März 2020 nie mehr als 50 Prozent. Diese Quote wurde auf Basis der Arbeitsschutzverordnung und mit dem übergeordneten Ziel, die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestmöglich zu schützen, während der Pandemie bedarfsgerecht angepasst. Zudem informierten wir intern ausführlich zur Corona-Situation, unter anderem mit regelmäßigen Update-Mails sowie Videobotschaften des Vorstands. Nicht zuletzt versuchen wir, die psychische Belastung zu mildern, und machen konzernweit Angebote zu Mental Health. Zur Unterstützung während der Lockdowns haben wir ein sogenanntes Corona-Care-Paket angeboten: Dazu gehörten (größtenteils digitale) Angebote und Services zu Themen wie physische und mentale Gesundheit im Homeoffice, verstärkte Kinderbetreuungsangebote, Teambuilding und Austausch. Zusätzlich zur nationalen Taskforce haben wir auch noch eine internationale Taskforce mit rund 50 Mitgliedern eingerichtet.

Vorsorge steht im Mittelpunkt

Beim Thema Gesundheit setzen wir einen großen Schwerpunkt auf Prävention. In Berlin, Hamburg und an weiteren Standorten bieten unsere Betriebsärzte regelmäßige Sprechstunden an, zudem sind sie in sämtliche Arbeitsschutzfragen eingebunden. Das Team Health Management bietet regelmäßig Screenings, Kurse, Vorträge oder Webinare zu den

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshandlungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige unternehmensführung02  produkte & services03  umwelt04  menschen

Personalstruktur

Vielfalt & Inklusion

Attraktive Arbeitsbedingungen

Aus- & Weiterbildung

Gesundheit**Gesellschaftliches Engagement**

GRI-Index

Impressum

relevanten Gesundheitsthemen an. Darüber hinaus machen wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zahlreiche Angebote zu den Themen Prävention, Sport und Fitness, aber auch Achtsamkeit und Meditation. Dabei kooperieren wir mit mehreren Krankenkassen. Den Arbeitsalltag unserer Beschäftigten mit überwiegend sitzenden Tätigkeiten erleichtern wir mit ergonomischen Büromöbeln, Bildschirmbrillen und Beratungen zur Ergonomie. Im Berichtsjahr haben wir die Aktivitäten auf virtuelle Formate umgestellt und die digitale Gesundheits-App „Humanoo“ eingeführt. In der Health Community können sich Mitarbeiter vernetzen und zu Gesundheitsthemen austauschen. Die mentale Gesundheit stand 2020 nicht zuletzt bei der „Mental Health Awareness Week“ im Oktober eine Woche lang im Fokus.

Um Bewegungsmangel nachhaltig vorzubeugen, fördern wir die Fahrradmobilität und bieten Fahrsicherheitstrainings, kleinere Wartungen und Fahrradstellplätze; in Berlin existieren zusätzlich Kapazitäten für Lastenräder sowie E-Ladestellen. Mit dem **JobRad**-Programm können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Fahrräder über eine Brutto-Gehalts-umwandlung zu attraktiven Konditionen leasen. Um eine möglichst individuelle Mobilität zu unterstützen, haben wir am Standort Hamburg mit 50 Teilnehmenden das Pilotprojekt Mobilitätsbudget entwickelt, das 2021 startet. Anstelle von Zeitkarten für den ÖPNV kann ein monatliches Budget von 50 Euro frei eingesetzt werden, sei es für die Fahrt ins Büro, an den jeweiligen Einsatzort oder für private Zwecke. Ziel des Projekts ist es, die Auswirkungen auf die Mobilität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu analysieren.

Eine besondere Situation besteht für Journalistinnen und Journalisten, die sich im Einsatz in Kriegs- oder Krisengebieten befinden oder Angriffen auf die Presse- und Meinungsfreiheit ausgesetzt sind. Für sie gilt unsere Konzernrichtlinie für Reisen in Kriegs-, Risiko- und Krisengebiete. Journalistisch tätige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in Krisengebiete reisen, erhalten außerdem ein Sicherheitstraining, das sie auf das richtige Verhalten in Gefahrensituationen vorbereitet.

Gesellschaftliches Engagement

Für Axel Springer ist es nicht nur eine Frage der Verantwortung, sondern auch der Glaubwürdigkeit, sich für die Gesellschaft als Ganzes zu engagieren. Wo immer Axel Springer aktiv ist, wollen wir auch über unsere Geschäftstätigkeit hinaus positiv wirken. Daher fördern wir seit vielen Jahren mit Geld- und Sachspenden gemeinnützige Initiativen in verschiedenen Bereichen. Verantwortlich für unser gesellschaftliches Engagement ist die Leitung Unternehmenskommunikation, deren Arbeit auf Konzernebene auf unserer Spendenrichtlinie beruht. Diese Richtlinie untersagt Zuwendungen an politische Parteien und parteinahe Stiftungen oder Einrichtungen. Für alle inländischen und ausländischen Mehrheitsbeteiligungen müssen Spenden ab einem Betrag von 3.000 Euro der Konzernzentrale zur Genehmigung vorgelegt werden.

Die 1978 von Axel Springer gegründete Aktion „**Ein Herz für Kinder**“ unterstützte in der COVID-19-Pandemie weltweit Hilfsaktionen in Höhe von 1,8 Mio. Euro. Die internationale BILD-Hilfsorganisation unterstützt Kinderkliniken, Kindergärten, Suppenküchen, Schulen sowie Familien in Not und konnte bisher insgesamt 385 Mio. Euro an Spenden sammeln und über 21.422 Projekte fördern. Im Berichtsjahr kamen 44 Mio. Euro zusammen, allein durch die Spendengala im Dezember 2020 rund 26 Mio. Euro – ein neuer Rekord.



26 Millionen Euro Spendenrekord der Aktion „Ein Herz für Kinder“ im Dezember 2020

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
 unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen
 Personalstruktur
 Vielfalt & Inklusion
 Attraktive Arbeits-
 bedingungen
 Aus- & Weiterbildung
 Gesundheit

**Gesellschaftliches
 Engagement**

GRI-Index
 Impressum

Seit 1987 fördern Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen der „Aktion Restgeld“ gemeinnützige Zwecke wie die Welthungerhilfe, indem sie Cent-Beträge ihres Gehalts spenden. 2020 kamen so 17.000 Euro zusammen.

Um die Wirkung der einzelnen Engagements zu erhöhen, erwägen wir eine Systematisierung des gesellschaftlichen Engagements. Dazu wollen wir die Spendenstrategie vereinheitlichen, Themen fördern, die nahe an unserem Kerngeschäft liegen (beispielsweise Medienkompetenz), und in diesem Sinne auch Freiwilligenarbeit durch Mitarbeitende ermöglichen.

„Friede Springer Stiftung“

Die „Friede Springer Stiftung“ erhielt 2020 den Preis „Wissenschaftsstiftung des Jahres“ der Deutschen Universitätsstiftung (DUS) und des Stifterverbands. Mit inzwischen 150 Millionen Euro aus dem Privatvermögen von Friede Springer ausgestattet, ist sie die größte von einer Einzelperson errichtete gemeinnützige Stiftung mit Sitz in Berlin. Sie fördert insbesondere wissenschaftliche, künstlerische und kulturelle Vorhaben. Die 1953 eingerichtete „Axel-Springer-Stiftung“ fördert unter anderem junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die zur deutsch-jüdischen Geschichte forschen.

GRI-Index

produkte & services —

umwelt —

nachhaltige unternehmensführung —

menschen —

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
 unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

GRI Standards		Seite	Auslassung/ Kommentar
GRI 101:	Grundlagen 2016		
GRI 102:	Allgemeine Angaben 2016		
Organisationsprofil			
GRI 102-1:	Name der Organisation	5	
GRI 102-2:	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	5/6, 19	
GRI 102-3:	Hauptsitz der Organisation	5	
GRI 102-4:	Betriebsstätten	5	
GRI 102-5:	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	5	
GRI 102-6:	Belieferte Märkte	5, 19	
GRI 102-7:	Größe der Organisation	5, 32	Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 103-107
GRI 102-8:	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	32/33, 36	
GRI 102-9:	Lieferkette	17	
GRI 102-10:	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	5	
GRI 102-11:	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	15/16	
GRI 102-12:	Externe Initiativen	20/21	
GRI 102-13:	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	14, 21	
Strategie			
GRI 102-14:	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3	
GRI 102-15:	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	4, 9-10	

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Ethik und Integrität

GRI 102-16:	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	4, 6, 15, 31/32	
GRI 102-17:	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	15/16	

Unternehmensführung

GRI 102-18:	Führungsstruktur	5, 9	https://www.axelspringer.com/de/investor-relations/corporate-governance/aufsichtsrat ; https://www.axelspringer.com/de/investor-relations/corporate-governance/vorstand-cc
GRI 102-19:	Delegation von Befugnissen	9	
GRI 102-20:	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	9	
GRI 102-22:	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien		https://www.axelspringer.com/de/investor-relations/corporate-governance/aufsichtsrat
GRI 102-23:	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	5	https://www.axelspringer.com/de/investor-relations/corporate-governance/aufsichtsrat
GRI 102-38:	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung		Informationen zur Vergütung der Führungsebenen unterliegen Vertraulichkeitsvereinbarungen und können deshalb nicht berichtet werden.
GRI 102-39:	Prozentualer Anstieg des Verhältnisses der Jahresgesamtvergütung		Informationen zur Vergütung der Führungsebenen unterliegen Vertraulichkeitsvereinbarungen und können deshalb nicht berichtet werden.

Einbindung von Stakeholdern

GRI 102-40:	Liste der Stakeholder-Gruppen	14	
GRI 102-41:	Tarifverträge	9/10, 37	
GRI 102-42:	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	14	
GRI 102-43:	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	9, 11/12, 14, 37	
GRI 102-44:	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	12/13	

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

GRI 102-45:	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	6, 32	
GRI 102-46:	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	4, 11/12	
GRI 102-47:	Liste der wesentlichen Themen	13	
GRI 102-48:	Neudarstellung von Informationen	4	Keine, da Bericht mit neuem Konzept
GRI 102-49:	Änderungen bei der Berichterstattung	4	Keine, da Bericht mit neuem Konzept
GRI 102-50:	Berichtszeitraum	4	
GRI 102-51:	Datum des letzten Berichts	4	
GRI 102-52:	Berichtszyklus	4	
GRI 102-53:	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	4	
GRI 102-54:	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		Die Berichterstattung erfolgt in Anlehnung an die GRI.
GRI 102-55:	GRI-Inhaltsindex	44-50	
GRI 102-56:	Externe Prüfung		Es fand keine externe Prüfung der Angaben statt.

Wesentliche Themen

GRI 201:	Wirtschaftliche Leistung 2016		
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	5/6	
GRI 201-1:	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 105
GRI 201-2:	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen		Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 58
GRI 201-3:	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne		Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 146

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	14-16	
GRI 205-1:	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	15	
GRI 205-2:	Kommunikation & Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	15	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	14-16	
GRI 206-1:	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		Aus Vertraulichkeitsgründen berichten wir nicht zu Compliance-Verfahren und Rechtsverfahren im Berichtsjahr.
GRI 302: Energie 2016			
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	23/24	
GRI 302-1:	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	24	
GRI 302-4:	Verringerung des Energieverbrauchs	24	
GRI 305: Emissionen 2016			
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	22-25, 28/29	
GRI 305-1:	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	28	
GRI 305-2:	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	28	
GRI 305-3:	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	28/29	
GRI 305-5:	Senkung der THG-Emissionen	26	
GRI 306: Abfall 2020			
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	23, 30	
GRI 306-1:	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	30	

Vorwort „a_new chapter“ Unternehmensporträt Nachhaltigkeitshand- lungsfelder in Zahlen	GRI 306-2:	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	30
	GRI 306-3:	Angefallener Abfall	30
GRI 401: Beschäftigung 2016			
01 nachhaltige unternehmensführung	GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	32, 36/37
02 produkte & services	GRI 401-2:	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	36/37
03 umwelt	GRI 401-3:	Elternzeit	37
04 menschen	GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016		
GRI-Index	GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	37/38
Impressum	GRI 402-1:	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	38
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018			
	GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	40/41
	GRI 403-1:	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	40
	GRI 403-2:	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	40/41
	GRI 403-3:	Arbeitsmedizinische Dienste	40/41
	GRI 403-4:	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	40
	GRI 403-5:	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	40/41
	GRI 403-6:	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	40/41
	GRI 403-7:	Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	40
	GRI 403-9:	Arbeitsbedingte Verletzungen	40

Vorwort
„a_new chapter“
Unternehmensporträt
Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 nachhaltige
unternehmensführung

02 produkte & services

03 umwelt

04 menschen

GRI-Index
Impressum

GRI 404:	Aus- und Weiterbildung 2016	
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	32, 38/39
GRI 404-1:	Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	38
GRI 404-2:	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	38/39
GRI 404-3:	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	39
GRI 405:	Diversität und Chancengleichheit 2016	
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	32-35
GRI 405-1:	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	32-36
GRI 405-2:	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	37
GRI 406:	Nichtdiskriminierung 2016	
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	16, 33/34
GRI 406-1:	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	35
GRI 407:	Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016	
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	16/17, 37/38
GRI 407-1:	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	17
GRI 414:	Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	
GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	16/17
GRI 414-1:	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	16/17
GRI 414-2:	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	17

Vorwort
 „a_new chapter“
 Unternehmensporträt
 Nachhaltigkeitshand-
 lungsfelder in Zahlen

01  nachhaltige
 unternehmensführung

02  produkte & services

03  umwelt

04  menschen

GRI-Index

Impressum

GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016

GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	20/21	
GRI 418-1:	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes & den Verlust von Kundendaten		Im Berichtsjahr lag die Gesamtzahl der begründeten Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes der Kundendaten noch nicht konzernweit vor. Sie soll in Zukunft erhoben werden.

Media Sector Disclosures (MSD) - Einbeziehung der Zielgruppen

GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	14	
----------	-------------------------------------------------------	----	--

MSD – Erstellung von Inhalten

GRI 103:	Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	19/20	
M2:	Methoden zur Bewertung und Überwachung der Einhaltung der Werte zur Erstellung von Inhalten	19/20	

Vorwort

„a_new chapter“

Unternehmensporträt

Nachhaltigkeitshand-
lungsfelder in Zahlen

01 — nachhaltige
unternehmensführung

02 — produkte & services

03 — umwelt

04 — menschen

GRI-Index

Impressum

Axel Springer SE

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

Tel: +49 170 3753 713

sustainability@axelspringer.com

Herausgeber

Axel Springer SE

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

Konzept und Redaktion

akzente kommunikation und beratung gmbh, München

Gestaltung

loveto GmbH, Berlin

kontakt

impressum