

»»» FUNKE
For
Future.

20
23

Nachhaltigkeitsbericht



VORWORT

INHALT

EINLEITENDE INFORMATIONEN

UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03

ÖKOLOGIE

// 04

SOZIALES

GRI-INDEX

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,
„Unsere gemeinsame Zukunft“ stand auf dem Titel der als Brundtland-Bericht bekannt gewordenen Schrift. Sie enthält die wohl meistzitierte **Definition für Nachhaltigkeit**: „Nachhaltig ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“ Nachhaltigkeit verbindet also die Gegenwart mit dem Zielbild einer lebenswerten Zukunft. Und so ist „Zukunft“ auch das Motto, unter dem wir seit 2022 über unsere Anstrengungen für mehr Nachhaltigkeit berichten: **„FUNKE for Future“**.

Mehr Transparenz ist der erste Schritt zu mehr Nachhaltigkeit.

Wir greifen damit einen Wertewandel auf, den wir in der Gesellschaft beobachten. Gerade die jüngeren Generationen machen sich heute für Nachhaltigkeitsziele stark – darunter auch das Ziel, auf das sich 2015 in Paris 195 Nationen einigten: die Erderwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen, bezogen auf das Niveau von 1850. Zu diesem Ziel bekennt sich auch FUNKE. Deshalb gehört es auch zu den zentralen Vorhaben im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie, die Treibhausgasemissionen in

unserer Wertschöpfungskette zu senken. Die Voraussetzung dafür ist Transparenz bei den hierfür relevanten Daten. Manche Daten wurden in dieser Form in der 75-jährigen Geschichte unseres Unternehmens noch nie erhoben und zusammengestellt. Sie liegen nun für unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht vor. Das Ergebnis ist ein erster Schritt auf unserem Weg zu einer nachhaltigen und resilienten Entwicklung.

Nachhaltigkeit reicht über das Thema CO₂-Emissionen weit hinaus. Sie ruht bekanntlich auf den drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales. Diese drei Themenbereiche prägen auch den Aufbau dieses Berichts: Sein Hauptteil besteht nach der Herleitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie aus drei Kapiteln – zur nachhaltigen Unternehmensführung, zum verantwortungsvollen Umgang mit unseren Ressourcen und zu unserem Engagement in sozialen Belangen.

In allen drei Bereichen erlebte FUNKE während der vergangenen Jahre starke Veränderungen. So setzt das Jahr 2021 mit einer neuen Gesellschafter*innenstruktur eine Zäsur, die auch in Sachen Nachhaltigkeit einen Neuanfang bedeutet. Dazu gehört auch, dass sich die Vielfalt der Gesellschaft in der eigenen Belegschaft

besser abbildet. FUNKE stellt hier die Weichen für mehr Diversity.

Die zurückliegenden Jahre waren zudem nicht nur für FUNKE herausfordernd. So schien die Corona-Pandemie gerade überstanden, als Russland einen brutalen Angriffskrieg gegen die Ukraine begann. Energiekrise, Inflation und Lieferengpässe schaffen einen Ausnahmezustand – ebenso für unsere Kund*innen und Geschäftspartner*innen wie auf dem Beschaffungsmarkt. Das schlägt sich auch in den Daten nieder, wie wir an entsprechender Stelle im Bericht zeigen.

Risiken bedeuten nicht nur Bedrohung, sondern auch eine große Chance.

Risiken infolge von Veränderungen früh zu erkennen und die richtigen Maßnahmen zu ergreifen, zeichnen eine zukunftsgerichtete Unternehmensführung aus. Deshalb ist Nachhaltigkeit eine Chance, das Richtige für die eigene Zukunftsfähigkeit – und die des Planeten – zu tun. Auf welche Weise FUNKE das macht, lesen Sie in diesem Bericht. Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Ihre Gundula Ullah,
Head of Sustainability



INHALT

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Vorwort	2
Einleitende Informationen	4
Journalismus aus Leidenschaft	7
FUNKE in Zahlen	9
»Wir schaffen eine Kultur der Nachhaltigkeit«	10

// 01
Nachhaltigkeitsstrategie **13**

/ 1.1 Unabhängiger Journalismus	14
/ 1.2 Handlungsfelder und Stakeholder	16
/ 1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele	20
/ 1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement	23

// 02
Unternehmensführung **25**

/ 2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	26
/ 2.2 Verhaltenskodex von FUNKE	28
/ 2.3 Lieferantendialog	30
/ 2.4 Monitoring der Lieferkette	31
/ 2.5 Nachhaltige Beschaffung	38

// 03
Ökologie **39**

/ 3.1 Treibhausgas-Emissionen	40
/ 3.2 Energie & Mobilität	46
/ 3.3 Umgang mit Ressourcen	51

// 04
Soziales **56**

/ 4.1 Personalstruktur	57
/ 4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf	62
/ 4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit	64
/ 4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz	68
/ 4.5 Aus- und Weiterbildung	70
/ 4.6 Gesellschaftliches Engagement	72

//
GRI-Index **74**

Impressum	80
Kontakt	81



EINLEITENDE INFORMATIONEN

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENS PORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Im Jahr 2021 setzte die FUNKE Mediengruppe mit ihrer neuen Gesellschafter*innenstruktur ein Zeichen in der deutschen Medienlandschaft. Nachhaltigkeit ist seitdem fester Bestandteil der Unternehmensführung. Der erste Meilenstein der neuen Strategie ist mehr Transparenz nach internationalen Standards.

Unser erster Nachhaltigkeitsbericht steht für eine neue Transparenz. Diese wiederum stellt die entscheidende Grundlage dafür her, die gesteckten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

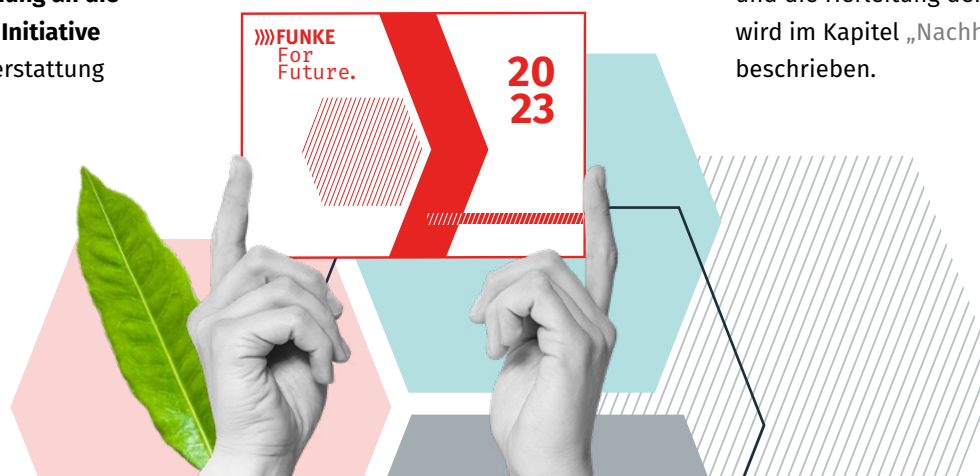
Voraussetzung für den Bericht war die Einrichtung eines professionellen **Nachhaltigkeitsmanagements** im Herbst 2021. Das Team wird von einer bereichsübergreifenden Struktur unterstützt (siehe dazu auch Kapitel // 01 Nachhaltigkeitsstrategie).

Um den vorliegenden Bericht an einen international vergleichbaren Standard auszurichten, wurde er **in Anlehnung an die Standards der Global Reporting Initiative (GRI)** für Nachhaltigkeitsberichterstattung

erstellt. Das gilt vor allem für die Datenerhebung zu Mengen und Verursacher*innen von Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette von FUNKE. Neben den ökologischen werden hier auch ökonomische und soziale Themen untersucht. In die Bilanzierung wurden nur FUNKES Mehrheitsbeteiligungen aufgenommen.

Die relevanten Handlungsfelder wurden im Austausch mit wichtigen **Stakeholdergruppen** und über eine **Wesentlichkeitsanalyse** ermittelt. Daraus leiten die Konzerngeschäftsführung und das Nachhaltigkeitsmanagement Strategien und Ziele für die kommenden Jahre ab.

Bei der Formulierung der Nachhaltigkeitsstrategie von FUNKE spielen **die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen** eine maßgebliche Rolle. Sechs Zielen kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Das Verfahren dieser Auswahl und die Herleitung der Nachhaltigkeitsziele wird im Kapitel „Nachhaltigkeitsstrategie“ beschrieben.



VORWORT
 INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Das Kapitel „Nachhaltigkeitsstrategie“ eröffnet den Hauptteil des Berichts. Dieser besteht aus vier Kapiteln: Auf die „Nachhaltigkeitsstrategie“ folgen drei Kapitel, die jeweils **ökonomische, ökologische und soziale Handlungsfelder** offenlegen.

Die ökonomischen Themen im Kapitel „Unternehmensführung“ stellen die Einhaltung von Standards und Gesetzen in den Mittelpunkt. Das Thema Menschenrechte in der Lieferkette spielt hier aus aktuellem Anlass eine besondere Rolle. Aufgrund der Produktion von Printmedien übt FUNKE aber auch Einfluss auf die Verarbeitung von Rohstoffen wie Holz, Papier und Chemikalien aus. Das sind wesentliche Stellschrauben zur Reduktion von THG-Emissionen. Im Zentrum des Kapitels „Ökologie“ stehen deshalb neben Umweltschutzmaßnahmen FUNKEs erster konzernweiter Klimafußabdruck (Corporate Carbon Footprint) nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG). Das Kapitel „Soziales“ schließlich beschreibt das soziale Engagement des Unternehmens am Beispiel der Themen Gesundheit, Vielfalt und Geschlechtergerechtigkeit in der eigenen Belegschaft.



VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Der GRI-Index verweist auf die Berichtsseiten, auf denen die ausgewählten Leistungsindikatoren beschrieben werden. Für die valide Darstellung des ökologischen Fußabdrucks von FUNKE bildet dieser Bericht zwei Jahre ab: Der **Berichtszeitraum ist deckungsgleich mit den Geschäftsjahren 2021 und 2022**. Das Jahr 2021 stellt das Basisjahr für die weitere Dokumentation dar. Der Nachhaltigkeitsbericht erscheint zukünftig jährlich. Zusätzlich berichtet FUNKE in Zukunft über Neuigkeiten zum Thema Nachhaltigkeit verstärkt aktuell auf anderen Kanälen, darunter auch auf unserer Unternehmensseite [funkemedien.de](https://www.funkemedien.de).

Als Bereichsleiterin des Einkaufs und Head of Sustainability ist Gundula Ullah für diesen Bericht verantwortlich. Sie steht Ihnen als Ansprechpartnerin zur Verfügung.

Fragen und Anregungen an:
sustainability@funkemedien.de



JOURNALISMUS AUS LEIDENSCHAFT

Mit der Überzeugung, dass guter Journalismus Unabhängigkeit braucht, prägt der Konzern FUNKE seit der Gründung seines ersten Medientitels 1948 – der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) – die deutsche Presselandschaft.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

FUNKE ist ein Medienunternehmen in der Rechtsform einer GmbH & Co. KGaA mit Beteiligungen und Tochtergesellschaften in Deutschland und Österreich. Drei Sparten – Regionalmedien, Zeitschriften und Digitales – bilden den Kern des Geschäfts.

Die Berichterstattung der FUNKE Zentralredaktion gehört zu den **meistzitierten in Deutschland**. Sie beliefert die zwölf Regionalmedien von FUNKE mit überregionalem Content aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Die zwölf Regionalmedien wiederum unterhalten rund 100 Lokalausgaben. Hinzu kommen rund 130 Zeitschriften-Titel: Programm, Frauenzeitschriften, Lifestyle, Living, People, Food, Special Interest, Gesundheit sowie Land & Mindstyle. Pro Woche erreichen die Magazine rund 23 Mio. Leser*innen.

Noch bildet die Printproduktion von Regionalmedien und Zeitschriften den Schwerpunkt im Medienportfolio des Unternehmens. Alle Marken werden gleichzeitig konsequent

digitalisiert. Bis 2025 sollen die Regionalmedien 500.000 digitale Abonnent*innen gewinnen und 500.000 Print-Abonnent*innen halten. Durch Akquisitionen von Online-Portalen erhöht FUNKE zusätzlich seine Reichweite. Das Unternehmen betreibt heute schon mehr als 70 digitale Marken und erreicht darüber 28 Millionen Unique User im Monat. Thematisch bewegen sich die Portale im breiten Informationsspektrum der Zeitungen und Zeitschriften, ergänzt durch Plattformen wie wmn.de und gofeminin oder von Gesundheitsportalen wie onmeda.de, gesundheit.de und lifeline.de. 2017 erwarb FUNKE das Unternehmen Media Partisans. Dessen Angebote – Heftig, Leckerschmecker oder Geniale Tricks – finden ihr Millionenpublikum weltweit.

Zu FUNKE gehört außerdem das Digitalunternehmen FUNKE Digital, mit eigenen Internetportalen, Digitalagenturen und einigen Services wie Data Analytics, Ad Technology und Softwareentwicklung. FUNKE Digital ist

auch verantwortlich für weitere Digitalbeteiligungen, zum Beispiel die Portale von FUNKE Works, zu denen u. a. die überaus erfolgreichen Marken AZUBIYO, Absolventa und azubi.de gehören. Die Firmentochter **raufeld** dagegen ist eine Full-Service-Agentur mit einem Dienstleistungsportfolio von Content Marketing, Editorial Services und Digital Solutions bis hin zu Brand & Campaigns, Corporate & Public Affairs und Educational Services.

Darüber hinaus zählt FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an zwölf **Lokalradios** an Rhein, Ruhr und in der Braunschweiger Region. Für diese Sender bündelt die FUNKE Servicegesellschaft **Westfunk** die Bereiche Geschäftsleitung, Controlling, Marketing, Verkaufsleitung, nationaler Verkauf, Disposition, Technik und IT am Hauptsitz in Essen. In Niedersachsen gehört Radio38 zum FUNKE-Portfolio.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Zu FUNKE gehören außerdem **Druckhäuser** in Hagen und Braunschweig. Hier werden Regionalmedien, Anzeigenblätter und Akzidenzen gedruckt. Ein weiterer Bereich des Konzerns mit größeren Auswirkungen auf den ökologischen Fußabdruck ist die Unternehmenstochter FUNKE Logistik. Deren Aufgabe besteht in der Zustellung von Printprodukten in mehreren Regionen Deutschlands.

Neuanfang und Vision

Im Juni 2021 übernahm der Familienstamm Grotkamp – Petra Grotkamp, Julia Becker, Nora Marx und Niklas Wilcke – mit Wirkung Anfang 2024 die Anteile der Familienstämme Schubries und Holthoff-Pförtner. Er ist zu diesem Zeitpunkt zu **100 Prozent Eigentümer von FUNKE**. Die neue Gesellschafter*innenstruktur steht für einen Neuanfang. Mehr Nachhaltigkeit wird zu einem der erklärten Ziele der neuen Unternehmensführung. FUNKE will damit vor allem als Arbeitgeber für kommende Generationen von Mitarbeiter*innen attraktiv bleiben und zugleich seinen Beitrag gegen den Klimawandel leisten. Die Sicherung eines wertschätzenden, vielfältigen Umfelds unterstrich die Geschäftsführung 2022 unter anderem mit der Unterzeichnung der **Charta der Vielfalt**.

Alleinige Gesellschafter*innen von FUNKE: die Geschwister Nora Marx, Aufsichtsratsvorsitzende Julia Becker und Niklas Wilcke (v. l. n. r.).



Nachhaltigkeit ist auch eine Konstante im Themenspektrum der Berichterstattung von FUNKE (siehe dazu auch Kapitel / 1.1 Unabhängiger Journalismus). FUNKE treiben nicht allein wirtschaftliche Faktoren an. Die Erhaltung des unabhängigen Journalismus und damit die Stärkung der Demokratie für zukünftige Generationen sind ideelle Werte, die den Kurs für eine nachhaltige Geschäftsführung bestimmen – getreu dem Leitmotiv von FUNKE: „**Journalismus aus Leidenschaft. Für eine offene, informierte Gesellschaft**“.

» Meinen Geschwistern und mir ist das Thema Nachhaltigkeit besonders wichtig. Unsere Entscheidung, alle Anteile der FUNKE Mediengruppe zu übernehmen, hat auch hier ihren Grund: Wir wollen, dass es hochwertigen Journalismus auch noch in den kommenden Generationen gibt.

Wir freuen uns, dass wir bei FUNKE nun einen stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit legen.

Julia Becker,
Aufsichtsratsvorsitzende von FUNKE

FUNKE IN ZAHLEN

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

12
Tageszeitungen

Standorte in
sechs Bundesländern

rund
3.300
Medienmacher*innen

rund **130**
Zeitschriften

mehr als
70 digitale
Marken

rund **1.650**
Journalist*innen

12
Lokalradios in NRW
und Braunschweig

rund **28 Mio.**
Unique
User



»Wir schaffen eine Kultur der Nachhaltigkeit«

Nachhaltigkeitsexpertin Nanda Bergstein im Gespräch mit den Mitgliedern des FUNKE-Executive Boards Andrea Glock, Simone Kasik, Bianca Pohlmann und Christoph RÜth.

Nanda Bergstein: Was ist Ihnen beim Thema „Nachhaltigkeit“ besonders wichtig?

Simone Kasik Nachhaltigkeit ist eines der drängendsten Themen unserer Zeit, auch bei FUNKE. Und zwar im umfassenden Sinne. Natürlich im Hinblick auf den Klimaschutz und einen sinnvollen, sparsamen Umgang mit Ressourcen. Aber selbstverständlich auch im sozialen Sinne. Wir wollen ein guter Arbeitgeber sein, der Verantwortung für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Gesellschaft wahrnimmt.

Cristoph RÜth Dazu gehört auch, dass wir unsere Geschäftsmodelle nachhaltig aufstellen. Unser Auftrag ist es, mit unseren Medien einen Beitrag für eine offene und informierte Gesellschaft, wie wir es in unserer Vision formulieren, zu leisten. Angesichts der Digitalisierung, neuer Technologien und veränderter Rezeptionsgewohnheiten unserer Leser*innen ist das eine riesige Aufgabe. Unabhängiger Journalismus ist eine wichtige Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit

unserer Demokratie. Wir wissen aus Studien in den USA und in Kanada, dass dort, wo es keinen unabhängigen Regional- und Lokaljournalismus mehr gibt, das Vertrauen in öffentliche Institutionen abnimmt, Korruption steigt und zivilgesellschaftliches Engagement eine immer geringere Rolle spielt. Sogar die Wahlbeteiligung ist rückläufig. So ist die Erhaltung unseres Geschäftsmodells also schon per se nachhaltig – nachhaltig im Sinne der Stabilität unserer Demokratie.

Simone Kasik Genau, dafür ist die wirtschaftliche Unabhängigkeit unseres Medienhauses unabdingbare Voraussetzung. Sie ist die Grundlage dafür, dass wahrhaftig und wirklich glaubhaft recherchiert werden kann.

Andrea Glock Das heißt aber nicht, dass wir ökologische und soziale Aspekte vernachlässigen dürfen. Gerade als Medienhaus, das eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt, müssen wir uns immer wieder überlegen, wie wir unsere Prozesse



Geschäftsführung mit Moderatorin: Simone Kasik, Bianca Pohlmann, Nanda Bergstein, Andrea Glock und Christoph RÜth (v. l. n. r).

so aufsetzen können, dass wir die Umwelt so wenig belasten wie nur irgend möglich. Dass es dabei zu Spannungen zwischen unterschiedlichen Aspekten der Nachhaltigkeit kommen kann, ist klar. Da müssen wir ständig genau abwägen.

Bianca Pohlmann Mir ist besonders wichtig, dass wir mit unseren Produkten zur Aufklärung über den Klimaschutz beitragen. In unserer Regionalmedien und Magazinen informieren wir kontinuierlich und verlässlich

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

über den Klimawandel und was dagegen zu tun ist. Hier leisten wir Aufklärung im besten Sinne, nicht akademisch-abstrakt, sondern ganz nahe bei den Menschen und ihren Lebensverhältnissen.

Andrea Glock Mir ist das Thema Diversity noch sehr wichtig. Wir wollen und müssen bunter werden in unserer Belegschaft. Da müssen mehr Frauen, mehr Menschen mit Migrationsvorder- und hintergrund, mit Behinderung und mehr Menschen mit unterschiedlichen sexuellen Orientierungen arbeiten. Hier zeigt sich übrigens einmal mehr, dass unser Geschäftsmodell eng mit Nachhaltigkeit verschränkt ist. Die Gesellschaft ist bunt. Wenn unsere Redaktionen nicht ähnlich vielfältig sind, erreichen wir viele Zielgruppen nicht.

Welche Ziele haben Sie sich denn für FUNKE gesetzt?

Cristoph Rüth Unsere Nachhaltigkeitsstrategie und die Herleitung unserer Ziele stellt dieser Bericht ausführlich dar. Deshalb hier in aller Kürze: Wir wollen bis 2035 in unseren Medienhäusern klimaneutral arbeiten. Das wird kein leichter Weg. Aber wir wollen die notwendigen Veränderungen selbst aktiv auf den Weg bringen. Wir werden sehr genau abwägen,

inwieweit wir dieses Ziel mit Kompensationen erreichen müssen.

Kommt Ihnen dabei die Digitalisierung zugute?

Simone Kasik Das ist eine gute, aber schwer zu beantwortende Frage. Papier kann heutzutage sehr umweltfreundlich produziert werden. Gleichzeitig erreichen wir aber auch mehr Leser*innen über unsere digitalen Kanäle. Allerdings gibt es bislang noch keine seriösen Berechnungen oder Studien über die Klimaverträglichkeit von digitalen Produkten. Was fällt etwa bei der Produktion von Tablets an? Man denke nur an die Seltenen-Erden-Metalle. Wie gehen wir mit der Entsorgung alter Geräte um? Woher kommt der Strom? Auch die entsprechenden Serverkapazitäten müssen bereitgestellt werden.

Cristoph Rüth Zudem werden wir auch künftig einen Teil unserer Leserschaft mit gedruckten Zeitungen erreichen, ressourcenschonend, aber mit Drucken und Ausliefern werden wir weiter zu tun haben – um auch die Bevölkerungsschichten zu erreichen, die sich nicht digitalisieren lassen wollen oder können und die uns die Investitionen in die Transformation finanzieren. Print lebt noch lange.

Mit Drucken und Ausliefern werden wir weiter zu tun haben, um auch Bevölkerungsschichten zu erreichen, die sich nicht digitalisieren lassen wollen oder können.

Bis 2035 ist es ja noch lange hin. Da könnten Sie doch sagen, wir machen jetzt erst mal so weiter wie bisher und unsere Nachfolger*innen werden dann schon die richtigen Lösungen finden.

Bianca Pohlmann Das werden wir definitiv nicht tun. Erstens sind wir unseren Gesellschafter*innen verpflichtet. Es ist unser Auftrag, ihr Unternehmen zukunftsfähig aufzustellen, damit sie es an die nächste Generation weitergeben können – was übrigens auch sehr viel mit Nachhaltigkeit zu tun hat. Zweitens haben wir keine Zeit zu verlieren.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

O. k., also: Wie gehen Sie vor?

Bianca Pohlmann Am Anfang steht eine gute Analyse. Wir haben jetzt erstmals einen klaren Überblick über unseren CO₂-Ausstoß an allen Standorten. Wir treffen jede Entscheidung im Management nicht mehr ausschließlich nach betriebswirtschaftlichen Kriterien, sondern beziehen Nachhaltigkeitsaspekte stets mit ein. Das verändert die Perspektive auf unser Handeln deutlich.

Es kommt darauf an,
dass sich viele
Menschen dem Thema
widmen und erst mal
einen kleinen
Beitrag leisten.

Simone Kasik Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter*innen. Es kommt nicht darauf an, dass wir uns wirklich komplett auf das Thema Nachhaltigkeit ausrichten und unser Leben letztendlich umbauen, sondern es kommt darauf an, dass viele Menschen sich dem Thema widmen und erst mal einen kleinen

Beitrag leisten. Das beginnt bei der Frage, wie man zur Arbeit kommt, geht über die Ernährung und endet noch lange nicht beim sparsamen Umgang mit Energie. Hier können alle Mitarbeiter*innen bei FUNKE einen Beitrag leisten! Dazu ermuntern wir.

Andrea Glock Überhaupt ist es schön zu sehen, dass wir als Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit an einem Strang ziehen. Das ist uns allen wichtig, wir schaffen eine Kultur der Nachhaltigkeit. Sicher, manchmal müssen wir um die beste Lösung ringen. Gerade wenn es um die Abwägung kurzfristige Profitabilität versus langfristiger Schutz von Ressourcen geht. Das ist aber eine wichtige Diskussion, die uns allen guttut.

Simone Kasik Ja, wir gehen achtsamer miteinander um. Insofern ist unsere Nachhaltigkeitsinitiative auch eine integrative Maßnahme im Sinne von #wirsindFUNKE!



Nanda Bergstein weiß, dass der Weg zu einem zukunftsfähigen Unternehmen keine Kurzstrecke ist. Sie hat über mehr als zehn Jahre das Unternehmen Tchibo als Direktorin Unternehmensverantwortung hin zu vollständiger Nachhaltigkeit transformiert.

Inzwischen widmet sich Bergstein einer neuen Herausforderung im Bereich Nachhaltigkeit: Seit 2022 verantwortet sie als Chief Sustainability und Innovation Officer den Aufbau des Unternehmens Camm Solutions gemeinsam mit Gründer Christoph Bertsch. Die Greentech-Firma hat ein wasserlösliches Verpackungsmaterial entwickelt, mit dem sich Müll vermeiden und die globale Plastikverschmutzung bekämpfen lässt.

„Beim Thema Nachhaltigkeit geht es in erster Linie um gutes Unternehmertum“, sagt die 43-Jährige. „Wer langfristig denkt, denkt automatisch die Menschen und Lieferketten mit.“ Auch das Thema Frauenrechte begleitet sie seit ihrem Studium „Gender, Development and Globalisation“ in London. Davor studierte die gebürtige Münchenerin „Internationale Beziehungen“ in Dresden.

// 01

NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX



// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

/1.1 Unabhängiger Journalismus

- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

/1.1 Unabhängiger Journalismus

FUNKE verschreibt sich gutem, relevantem Journalismus. Die Unternehmensführung ist sich in Anbetracht ihrer vielen Medienmarken ihrer besonderen Verantwortung für Demokratie und eine lebenswerte Zukunft bewusst.

Unabhängige Medien, die sich der Wahrheitssuche verpflichten, stellen sich dem Phänomen „Fake News“ entgegen. Sie zählen damit zum Fundament für den gesellschaftlichen Zusammenhalt, der in der Demokratie auf **Fakten und fairem Meinungs austausch** beruht.

» Damit Demokratie lebendig bleibt, braucht es, wie wir es bei FUNKE in unserer Vision formuliert haben, ‚eine offene, informierte Gesellschaft‘. Dazu trägt **unabhängiger Journalismus** entscheidend bei. Denn nur wer etwas weiß und verstanden hat über die ‚res publica‘, die öffentlichen Angelegenheiten, wird bereit sein, sich für die Demokratie einzusetzen.

Julia Becker,
Verlegerin

FUNKE will den **Regionaljournalismus** als wichtige Säule der Demokratie erhalten. Studien zeigen, dass Leser*innen und User gerade in komplizierten, krisengeprägten Zeiten regionalen und lokalen Titeln besonders vertrauen.

In Anbetracht unserer vielen Zeitschriften, Regional- und Lokalzeitungen gehört dieses Vertrauen zu unseren wichtigsten nicht-materiellen Assets. Unsere Redaktionen verpflichten sich zu einer gründlichen Recherche, analysieren die Realität und ordnen sie ein. Sie tragen Verantwortung für seriöses journalistisches Handwerk und unterscheiden sich hierin von vielen algorithmengetriebenen Informationsanbietern im Internet.

Ihre Mission ist ein wichtiger Beweggrund für die heutigen Gesellschafter*innen. Unabhängigen Journalismus für zukünftige Generationen sicherzustellen, ist Ausdruck



einer nachhaltigen Unternehmensstrategie. Für die Glaubwürdigkeit der Medien macht sich FUNKE auch innerhalb der Medienbranche stark. So ist FUNKE nicht mehr bereit, überholte Strukturen und Prozesse in den Verbänden mitzutragen. Mit dem Austritt aus dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) Ende 2022 beispielsweise setzte FUNKE diesbezüglich ein deutliches Zeichen. Stattdessen ergreifen die Gesellschafter*innen die Initiative zu neuen, zeitgemäßen Formaten für Diskussionen und die Interessenvertretung der Medienbranche.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

/1.1 Unabhängiger Journalismus

- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

Aus der Reichweite der Medien von FUNKE entsteht eine relevante Wirkung auf die Gesellschaft. Damit trägt die Mediengruppe eine große Verantwortung. Die Texte der FUNKE Zentralredaktion standen seit 2018 vier Mal in Folge an der Spitze und in 2022 auf dem zweiten Platz der am häufigsten zitierten Regionalmedien.

Unser weitgefächertes Medienportfolio macht aktuelle Themen, darunter auch Nachhaltigkeit, in vielen verschiedenen Bevölkerungsschichten präsent.

FUNKE realisiert zudem mehrere Titel, die sich explizit mit einem **nachhaltigen Lebensstil** beschäftigen. Drei Beispiele:

1. Was 2020 als Instagram-Kanal begann, ist inzwischen ein Magazin; ein Youtube-Kanal und eine Bildbandreihe sind in Planung: Die Medienmarke „kronendach“ inspiriert Menschen in kleinen Schritten zu einem nachhaltigeren Lebensstil. Seit 2022 erscheint unter der 360-Grad-Marke vierteljährlich ein Magazin mit 100.000 Exemplaren. Die geplanten Bücher erscheinen 2023.

2. Mit gutem Design erreicht das Sonderheft „GOOD World“ der Edition „BILD der FRAU“ seine Leserschaft mit Themen rund um den nachhaltigen Lebensstil. 2022 wurde es mit dem German Design Award ausgezeichnet. Das Sonderheft „GOOD World“ gehört zur Markenfamilie von Deutschlands größter Frauenzeitschrift „BILD der FRAU“ und erscheint jährlich in einer Auflage von 200.000 Exemplaren.

3. 2022 übernimmt FUNKE die Medienmarke EDITION F und sichert so dem Online-Magazin, Newsletter, den zugehörigen Social Media-Kanälen und der Eventreihe „Female Future Force Day“ die Existenz. EDITION F macht sich für Geschlechtergerechtigkeit, Female Empowerment und Female Leadership stark.

Das Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln ist bei FUNKE im „Verhaltenskodex für ein vertrauensvolles Miteinander“ festgeschrieben (siehe dazu auch Kapitel // 02 Unternehmensführung). Unser Corporate Behaviour beruht auf den Werten Respekt, Qualität und Resultat. Zu „Respekt“ zählen wir auch den respektvollen Umgang mit

Ressourcen. So benötigen Printmedien zur Herstellung Rohstoffe wie Holz, Papier und Chemikalien und verursachen CO₂-Emissionen durch Vertrieb und Nutzung (siehe dazu auch Kapitel // 03 Ökologie). Um daraus entstehende negative Auswirkungen zu reduzieren, nahmen wir eine Bestandsanalyse vor, um daraus die Ziele und Maßnahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie abzuleiten. Dieser Prozess soll im Folgenden nachvollziehbar werden.

/1.2 Handlungsfelder und Stakeholder

In ihrer Nachhaltigkeitsstrategie konzentriert sich FUNKE auf die wichtigsten Auswirkungen in den Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen. Die Priorisierung der Themen berücksichtigt auch die Sicht der Stakeholder.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder**
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

Im Zuge der **Bestandsanalyse** stellten wir zunächst alle Nachhaltigkeitsmaßnahmen fest, die die einzelnen FUNKE-Standorte unternommen beziehungsweise initiiert hatten. Gleichzeitig trug das Nachhaltigkeitsteam in Workshops und Dialogformaten Themen zusammen, in denen Handlungsbedarf gesehen wurde.

In diesen Prozess bezog das Team auch die Interessen und Ansprüche bestimmter **Stakeholder** ein. Für den Dialog mit den wichtigsten Lieferanten beispielsweise entwickelte der Bereich FUNKE Einkauf die Veranstaltungsreihe „**Lieferantendialog**“. Zur Auftaktveranstaltung der Reihe lud FUNKE Vertreter*innen der 45 größten Lieferbetriebe ein, die für die Herstellung unserer Zeitungen und Zeitschriften produktionsrelevant sind. Die Teilnehmer*innen diskutierten in moderierten Arbeitsgruppen Ansätze und Möglichkeiten für gemeinsame Anstrengungen, wie in den Bereichen Klimaschutz, Zirkularität, Energie-Effizienz und

Regulatorik gemeinsame Fortschritte erzielt werden können (siehe dazu auch Kapitel // 02 Unternehmensführung).

Eine wichtige Stakeholder-Gruppe bilden auch die **Geschäftspartner*innen des Anzeigenvertriebs**, die sich in einer Umfrage zum Thema Nachhaltigkeit äußerten. Dabei zeigte sich beispielsweise, dass für mehr als 82 Prozent die Möglichkeit zu CO₂-freier Werbung „wichtig“ beziehungsweise sogar „sehr wichtig“ sei. 69 Prozent wäre es „wichtig“ bis „sehr wichtig“, den Fußabdruck ihrer Werbeschaltung zu kennen. Die FUNKE MediaSales befindet sich deshalb in einem politischen Abstimmungsprozess mit Interessenverbänden, um solche Angebote branchenweit zu standardisieren und zeitnah zu realisieren.

Die **Leserschaft** nimmt FUNKE vor allem über dessen Medienmarken wahr. Die Ermittlung ihrer Erwartungen an die gesamte Mediengruppe in Bezug auf Nachhaltigkeit steht

noch am Anfang. Sie werden über CRM- und Feedback-Tools wie FUNKY Data ermittelt. Zur Einschätzung von Leser*inneninteressen wurden auch Erkenntnisse aus Studien und Expert*innenwissen zu Rate gezogen.

Im Handlungsfeld „Umwelt“ befindet sich die FUNKE-Nachhaltigkeitsstrategie in stetigen Aushandlungsprozessen mit **Umweltverbänden, Umweltgesetzgebung, Aktivist*innen, Anwohner*innen und der Wissenschaft**. Für die Einschätzung jeweiliger Ansprüche an FUNKE zog das Nachhaltigkeitsmanagement Studien und hochwertige Berichterstattung heran.

Im Bereich „Soziales“ unterscheiden wir die FUNKE-Stakeholder in zwei Handlungsfeldern nach internen und externen Anspruchsgruppen. Intern liegt das Handlungsfeld „Arbeitsplatz“ mit den Interessen der **Belegschaft** und deren Angehörigen. Ein wichtiger Kanal, über den die Mitarbeiter*innen in das Thema Nachhaltigkeit einbezogen werden,

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder**
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

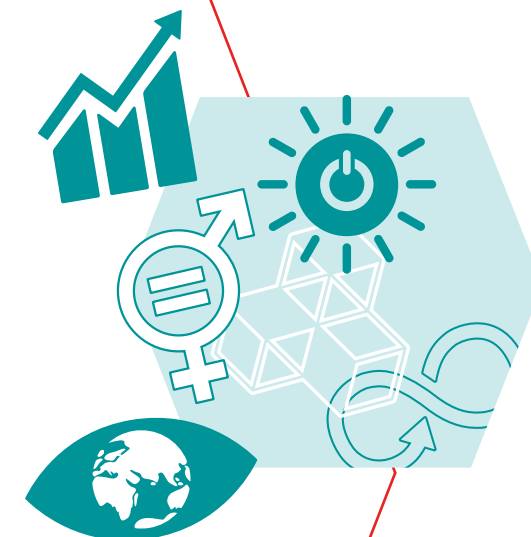
// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

ist das Intranet. Ein weiteres Beispiel für Dialoge mit Interessengruppen in der Belegschaft bieten die „**TraineeDays**“. So stellte das Team Nachhaltigkeit 2022 allen Trainees von FUNKE zum Thema „Return on Climate Invest“ die Aufgabe, nachhaltige Geschäftsmodelle für die Zukunft von FUNKE zu entwickeln und vorzustellen.

Extern im Bereich „Soziales“ dagegen ist das Handlungsfeld „Gemeinwesen“. Hier begreift sich FUNKE – über die Verantwortung für eine offene, informierte Gesellschaft hinaus – in der Rolle des engagierten **Corporate Citizen**: Die Mediengruppe und ihre verschiedenen Standorte setzen sich in sozialen Projekten von heute und für eine lebenswerte Welt von morgen ein.

Die teils komplexen Nachhaltigkeitsthemen mussten handhabbar gemacht werden. In internen Workshops bewertete und priorisierte der Geschäftsbereich Einkauf dafür die Themen zum Beispiel in Hinblick auf die FUNKE-Nachhaltigkeitsstrategie. Dabei spielen die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen eine maßgebliche Rolle. Im Rahmen der Priorisierung beschloss das Nachhaltigkeitsteam nach verschiedenen Workshops die Konzentration auf sechs SDGs, die zum Geschäftsmodell von FUNKE passen. Den SDGs 5, 7, 8, 9, 12 und 13 wurden jeweils Themen, mögliche Zielsetzungen und Maßnahmen zugeordnet, die auf den folgenden Seiten im Einzelnen dargestellt werden. Die Themen untersuchten wir im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse, um aus den Ergebnissen die vier Ziele der FUNKE-Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln.



// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder**
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie orientiert sich an sechs Sustainable Development Goals



Die UN möchte bis 2030 weltweite Geschlechtergleichheit und Selbstbestimmung von Frauen und Mädchen erreichen. Ausgewählte Maßnahmen von FUNKE sind:

- › Mehr Diversity und Inklusion in der FUNKE Mediengruppe
- › Stärkung und Konzentration der sozialen Initiativen von FUNKE
- › Ein Verhaltenskodex bildet die Grundlage für unser Handeln



Bezahlbare, verlässliche, nachhaltige und moderne Energie soll für alle zugänglich sein. FUNKE legt seinen Fokus auf „Saubere Energie“ unter anderem mit folgenden Maßnahmen:

- › Gruppenweit wird seit 2022 in unseren Druckzentren nur noch Ökostrom eingesetzt
- › Im Herstellungsprozess externer Druckdienstleister wird im Rahmen von Scope 3 der Einsatz von Ökostrom geprüft
- › Der Einsatz von Photovoltaik in der FUNKE-Zentrale wird geprüft



Dauerhaftes und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle – eine Auswahl unserer Maßnahmen zu diesem Ziel sind:

- › Unser Verhaltenskodex legt die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit untereinander, aber auch mit unseren Kund*innen und Geschäftspartner*innen
- › Effiziente Tools und Prozesse zur Überprüfung der Einhaltung der Menschenrechte entlang der wichtigsten Lieferketten
- › Wir haben eine ESG-Komponente in unserer Refinanzierung inkludiert

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder**
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX



Die UN fordert widerstandsfähige Infrastrukturen für alle, Innovationen und eine breitenwirksame Industrialisierung. Für FUNKE ist die Basis dafür faktenbasierter Qualitätsjournalismus, mit Maßnahmen wie:

- › Digital First dient FUNKE als Nachhaltigkeitstreiber in allem, was der Medienkonzern anstrebt
- › Die Etablierung interner Guidelines zu Corporate Digital Responsibility wird geprüft
- › Der Einsatz von Green-IT-Lösungen wird im Rahmen von Investis regelmäßig geprüft



Die UN fordert nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster. FUNKE unterstützt dieses Ziel mit dem Einkauf nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen und Maßnahmen wie:

- › Der Einkauf zertifiziert sich als Nachhaltige Beschaffungsorganisation
- › FUNKE setzt ausschließlich zertifizierte Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft zur Produktion ein
- › Prüfung der am Druckprozess beteiligten Dienstleister auf Nachhaltigkeitsansätze
- › Stärkung des Energie- und Umweltmanagements im Unternehmen



Die UN fordert umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen. FUNKE etabliert eine Klimaschutzstrategie. Eine Auswahl unserer Maßnahmen:

- › Wir erarbeiten unsere erste konzernweite CO₂-Bilanz und berichten über diese im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsberichts
- › Aus dieser Bilanz leiten wir weitere Maßnahmen zur Erreichung der CO₂-Neutralität ab
- › Die Elektrifizierung der Flotten von FUNKE bzw. alternative Mobilitätskonzepte werden vorangetrieben

/1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele

CO₂-neutrale Medienhäuser bis 2035, eine CO₂-neutrale Wertschöpfungskette, soziales Engagement und Förderung von Diversität und Inklusion sowie die Einhaltung hoher Standards sind die vier Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie von FUNKE.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele**
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

Auf der Basis der Bestandsanalyse, der gewonnenen Erkenntnisse aus dem Feedback der Stakeholder und der Einordnung in die SDGs bewertete FUNKE die zusammengetragenen Nachhaltigkeitsthemen in einer Wesentlichkeitsanalyse. Dabei wurden die **Handlungsfelder nach zwei Kriterien betrachtet**: erstens nach deren Bedeutung für das Geschäftsmodell und zweitens nach den Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Markt.

In der Konkretisierung kam der Ansatz der Doppelten Wesentlichkeit zum Tragen: So spielten nicht nur jene Chancen und Risiken eine wesentliche Rolle, die das Geschäftsmodell von FUNKE für Umwelt, Gesellschaft und Markt darstellt (Inside-Out), zum Beispiel durch die Entstehung von Treibhausgasen bei der Herstellung von Papier. Auch die Chancen und Risiken für FUNKE durch Veränderungen von Markt, Umwelt und Gesellschaft fließen in die Wesentlichkeitsanalyse ein (Outside-In).

In welchen Handlungsfeldern sind ökologische, ökonomische oder soziale Veränderungen aktuell spürbar oder zu erwarten, auf die FUNKE für die nachhaltige Zukunftssicherung ihrer wirtschaftlichen Existenz reagieren muss? So muss sich der Medienkonzern FUNKE, dessen Portfolio viele Printprodukte umfasst, mit Verknappungen von Rohstoffen wie Holz, Altpapier und Wasser bei der Verantwortung für die eigene Wertschöpfungskette intensiv auseinandersetzen. Auch die gesetzlichen Anpassungen und sozialen Erwartungen verändern den äußeren Handlungsrahmen des Unternehmens.

Bestimmte Nachhaltigkeitsthemen sind sowohl für FUNKE als auch für ihre Stakeholder besonders relevant. Sie wurden in einer Analyse zusammen mit dem Nachhaltigkeitsmanagement auf einer **Wesentlichkeitsmatrix** verortet (siehe Darstellung auf der folgenden Seite).



VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENS PORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele**
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

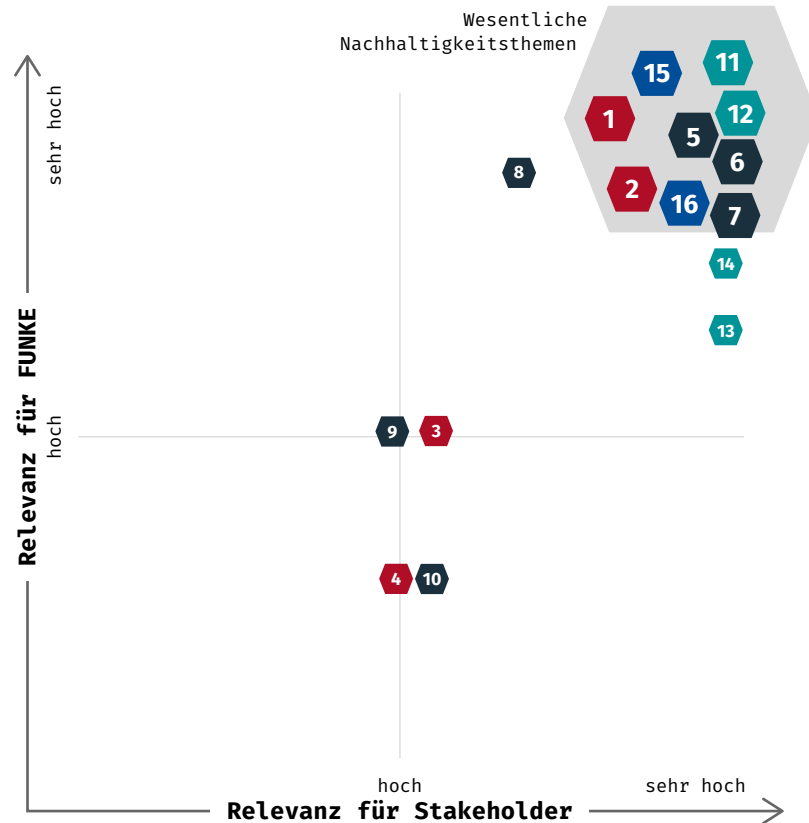
// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Wesentlichkeitsmatrix



Handlungsfelder

Arbeitsplatz

1. Diversity, Equity & Inklusion
2. Gesundheit & Wellbeing am Arbeitsplatz
3. Mitarbeiter*innenförderung & Lebenslanges Lernen
4. Mitsprache und Teilhabe

Markt

5. Verantwortung in der Lieferkette
6. Integrität & Compliance
7. Datenschutz & Cybersecurity
8. Transformation
9. Nachhaltige Vermarktung
10. Bildung und Kooperationen zum Aufbau einer nachhaltigen Lieferkette

Umwelt

11. Klimaneutralität & Energie
12. Ressourcen schonen
13. Abfall & Plastik reduzieren
14. Biodiversität

Gemeinwesen

15. Qualität von und Diversität in Medienprodukten
16. Gesellschaftliches Engagement



VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENS PORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele**
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

Unter 16 zur Diskussion stehenden Nachhaltigkeitsthemen macht die Wesentlichkeitsmatrix die Priorität von neun Themen anschaulich. Diese neun Themen finden sich in vier Handlungsfeldern wie folgt wieder:

Arbeitsplatz: Diversity, Equity & Inklusion; Gesundheit & Wellbeing am Arbeitsplatz. Aus diesen Themen leitet FUNKE das Ziel ab, mehr für Vielfalt, Geschlechtergleichheit und die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung innerhalb der Mediengruppe zu unternehmen.

Markt: Verantwortung in der Lieferkette, Integrität & Compliance sowie Datenschutz & Cybersecurity werden hier als die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen bestimmt. Daraus leitet FUNKE das Ziel ab, hohe Standards und gesetzliche Regelungen im täglichen Handeln zu stärken.

Umwelt: Klimaneutralität & Energie sowie Ressourcen schonen sind prioritäre Themen der Nachhaltigkeitsstrategie. FUNKE hat sich in diesem Handlungsfeld zwei Ziele gesetzt: Bis 2035 sollen alle Medienhäuser CO₂-neutral sein. Und das Unternehmen setzt alles daran, die Wertschöpfungskette für Zeitungen und Zeitschriften „vom Baum zum Briefkasten“ klimaneutral zu gestalten.

Gemeinwesen: Das Unternehmen hat als Corporate Citizen eine soziale Verantwortung. Daraus leitet FUNKE das vierte Ziel seiner Nachhaltigkeitsstrategie ab, nämlich das soziale Engagement zu stärken.

Die priorisierten Nachhaltigkeitsthemen korrelieren mit den zugeordneten sechs SDGs. Auf dieser Grundlage präzisiert FUNKE die vier wichtigsten Ziele seiner Nachhaltigkeitsstrategie:

1 CO₂-Neutralität für die Medienhäuser bis 2035. Dafür nimmt sich FUNKE jeweils bis zum 31.12.2023 und bis zum 31.12.2024 eine jährliche Reduktion oder Überreduzierung des Corporate Carbon Footprints um 3 Prozent bezogen auf das Jahr 2021 vor

2 CO₂-neutrale Wertschöpfungskette unserer Produkte (Zeitschriften/ Zeitungen) – „vom Baum bis zum Briefkasten“

3 Stärkung des sozialen Engagements sowie Förderung von Diversity & Inklusion innerhalb der Gruppe

4 Einhaltung von hohen Standards, gesetzlichen Regelungen und journalistischer Unabhängigkeit in unserem täglichen Handeln

/1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement**

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

Bei FUNKE liegen das Nachhaltigkeitsmanagement und die Beschaffung in einer Hand. Damit arbeitet das Team an einer zentralen Stelle in der Wertschöpfungskette. Das Team wird von einer konzernweiten Infrastruktur unterstützt.

Die Verleger*innenfamilie bekennt sich eindeutig zu den Nachhaltigkeitszielen. Eine der ersten Maßnahmen nach der Übernahme aller Konzernanteile war die Einrichtung eines Nachhaltigkeitsmanagements. Mit **Gundula Ullah**, der verantwortlichen Bereichsleiterin Einkauf und Head of Sustainability, liegen Beschaffung und Nachhaltigkeit in einer Hand. Als sie im Oktober 2021 die Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement übernahm, hatte sie bereits die Zertifizierung des FUNKE Procurement als „Nachhaltige Beschaffungsorganisation, Level 1“ auf den Weg gebracht. Sie kann auf eine langjährige Erfahrung im Change Management zurückblicken. Zudem ist sie Vorstandsvorsitzende des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf & Logistik und Mitglied im Beirat des JARO Instituts für Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Auch dort liegt der Fokus ihres Tuns darauf, nachhaltiges Wirtschaften in Geschäftsprozessen – und hier insbesondere in der externen Wertschöpfung – zu implementieren.

Das Nachhaltigkeitsmanagement verstärken der Sustainability Manager **Atemnkeng Alemnji Ngufor** und die Sustainability Managerin **Janina Hansmann**. Zu deren Hauptaufgaben zählen das Erfüllen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG), die umfangreiche Datenerhebung für den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, darunter die Erfassung aller verfügbaren Daten zu Diversity, und für die CO₂-Bilanz sowie Nachhaltigkeitskommunikation.



Gundula Ullah,
Bereichsleitung Einkauf und
Head of Sustainability.

» Gemeinsam mit unseren Geschäftspartner*innen wollen wir das Thema Nachhaltigkeit trotz Energiekrise, russischem Angriffskrieg auf die Ukraine und Inflation weiter vorantreiben. Denn gerade vor diesem Hintergrund bietet dieses Thema auch eine Chance.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

- /1.1 Unabhängiger Journalismus
- /1.2 Handlungsfelder und Stakeholder
- /1.3 Wesentlichkeitsmatrix und Ziele
- /1.4 Das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement**

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX



Atemnkeng Alemnji Ngufor,
Sustainability Manager
im Einkauf.

» Nachhaltigkeitsmanagement ist für mich eine Frage der Gerechtigkeit. Wenn das Thema nicht mitgedacht wird, landen die Nachteile immer bei den Ärmsten unserer Gesellschaft.

Mit der Bildung eines „Green Circle“ wurden auch alle Abteilungsleiter*innen in das Thema CO₂-Bilanzierung einbezogen und damit gemeinsam Ziele und Maßnahmen für ein kollektives CO₂-Management formuliert. Zudem hat das Unternehmen unter den Mitarbeiter*innen „Sustainfluencer“ bestimmt, welche die entwickelten Nachhaltigkeitsmaßnahmen umsetzen und bei ihren Kolleg*innen das Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit im Alltag schärfen.



Janina Hansmann,
Sustainability Managerin.

» Mir ist wichtig, dass künftige Generationen noch einen lebenswerten Planeten vorfinden. Dafür muss niemand perfekt sein, jeder kleine Schritt hilft.

UNTERNEHMENS- FÜHRUNG

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX



/2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Hohe Standards und gesetzliche Regelungen sicher einzuhalten, sollte selbstverständlich sein. Erfolgreiche Compliance-Arbeit ist allerdings mehr als die Vermeidung von Verstößen. Für FUNKE geht es dabei um eine Haltung.

Verstoßen Mitarbeiter*innen gegen geltendes Gesetz oder Richtlinien, schaden sie damit denjenigen, die durch diese Gesetze geschützt werden sollen. Die strengen Compliance-Standards von FUNKE tragen also einen wesentlichen Teil dazu bei, dass das Unternehmen seiner „social responsibility“ gerecht wird. Rechtsverstöße fügen überdies auch dem Unternehmen wirtschaftlichen Schaden zu. FUNKE und seine Mitarbeiter*innen vor Reputationsschäden sowie zivil- und strafrechtlichen Konsequenzen bestmöglich zu schützen, ist also auch ein wichtiger Beitrag zu einer nachhaltigen Unternehmensführung.

Hierbei versteht FUNKE unter **Compliance** mehr als nur die Vermeidung von wirtschaftskriminellem Verhalten. Compliance ist eine Frage des verantwortungsbewussten Verhaltens entsprechend gesellschaftlich anerkannter Normen. Als Voraussetzung für eine sozial-ökologisch verantwortliche Vorgehensweise hat das Team Compliance

zusammen mit den Bereichen verschiedene interne Richtlinien erstellt und setzt sich für deren effektive Umsetzung ein. Relevante Themenfelder hierbei sind:

- › die Vermeidung von Korruption/ Untreue/Unterschlagung,
- › die Einhaltung von Kartellrecht/ Wettbewerbsrecht,
- › die Einhaltung von Datenschutz,
- › die Gewährleistung der IT-Sicherheit,
- › die Wahrung der Chancengleichheit (Antidiskriminierung),
- › die Vermeidung von Schwarzarbeit/ Scheinselbstständigkeit,
- › die Einhaltung des Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetzes.

Das Team Compliance ist Anlaufstelle bei allen Fragen zu Verstößen, behördlichen Regelungen und unternehmensinternen Richtlinien sowie zur Einhaltung von Rechtsvorschriften und Gesetzen. Es unterstützt

die Geschäftsführung dabei, präventiv Governance- und regulatorische Risiken zu erkennen und diesen durch geeignete Maßnahmen in der Organisation entgegenzuwirken. Außerdem berät es die operativen Einheiten und Fachbereiche der Medien-gruppe. Zur Compliance-Arbeit gehören darüber hinaus **Schulungen** mit dem Ziel, allen Mitarbeiter*innen dabei zu helfen, die vielen relevanten rechtlichen Vorgaben verständlich zu machen und zu beachten.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

**/2.1 Gesetzes- und richtlinien-
konformes Verhalten**

- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Der Chief Compliance Officer von FUNKE ist direkt der Geschäftsführung unterstellt. Der von ihm verantwortete Bereich verfügt in der gesamten Mediengruppe über dezentrale Compliance-Koordinator*innen. Das Compliance-Komitee von FUNKE wiederum überwacht als oberstes Kontrollgremium in regelmäßigen Sitzungen die Compliance-Arbeit. Diese Organisation sowie die im folgenden beschriebenen Maßnahmen bilden das Compliance Management System (CMS) von FUNKE, das sich am IDW PS 980-Standard orientiert. Dabei basiert die Compliance-Arbeit selbst auf einem risikobasierten Ansatz, der regelmäßig an gesellschaftliche und regulatorische Herausforderungen angepasst wird.

Bei Diskriminierungsfällen steht den Mitarbeiter*innen neben dem Compliance-Bereich auch die **Antidiskriminierungsstelle** von FUNKE zur Verfügung. Im Jahr 2021 wurde ein Diskriminierungsfall bekannt, 2022 liegen vier Diskriminierungsvorfälle vor. Allen Hinweisen wurde mit gebotener Sorgfalt nachgegangen und in begründeten Fällen arbeitsrechtlich geahndet. Die höhere Zahl der Vorfälle in 2022 bedeutet, dass mehr Vorfälle gemeldet wurden. Einerseits kann das auf einen Anstieg der Diskriminierungsfälle hindeuten, andererseits kann es aber auch als Erfolg interpretiert

werden: Mehr Mitarbeiter*innen haben Vertrauen in dieses Angebot und nutzen es. Wir werden diese Entwicklung im Blick behalten, um entsprechende Maßnahmen daraus ableiten zu können. Im Mai 2022 wurde die Belegschaft im internen Newsletter auf die Antidiskriminierungsstelle explizit aufmerksam gemacht. Zudem hat sich das Monitoring in diesem Bereich verbessert.

Das CMS stützt sich auf regelmäßige Risikoanalysen. Für die Bereiche, in denen die Risiken in den Analysen als hoch eingeschätzt werden, erfolgen anschließend mitigierende Compliance-Maßnahmen, wie:

- › Schulungen (von Richtlinien und Gesetzen),
- › Kommunikationsmaßnahmen wie z. B. der Compliance-Talk,
- › Update von Richtlinien,
- › Ernennung zusätzlicher Compliance-Koordinator*innen in den existierenden Koordinator*innen-Netzwerken.

Die Themen **Datenschutz und Informationssicherheit** bringen für einen Medienkonzern besondere Herausforderungen mit sich, vom sensiblen und gesetzeskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten bis zur Abwehr von Hackerangriffen. Parallel zum

Compliance-Bereich ist der FUNKE-Datenschutz sowohl zentral als auch dezentral über Koordinator*innen organisiert. Im engen Schulterschluss steht dazu der Bereich Informationssicherheit, verantwortet vom Chief Information Security Officer und überwacht durch das IT-Security-Board. Darüber hinaus entwickeln sich mit dem zunehmenden Einsatz von KI-Software (künstliche Intelligenz) neue ethische Fragestellungen. So enthalten bestimmte Algorithmen das Risiko der Diskriminierung bestimmter Personengruppen. Das verstößt gegen die erklärten Werte von FUNKE. Auch die neuen Entwicklungen in den datengetriebenen und KI-gestützten Geschäftsmodellen werden mit angepassten Governance-Strukturen gesteuert und reglementiert.

Um Geschäftsmodelle zu ermöglichen, die den strikten gesetzlichen Vorgaben entsprechen und die erforderliche Transparenz gegenüber den Usern gewährleisten, arbeitet der Datenschutz bei den Regionalmedien zudem eng mit den operativen Bereichen wie „Audience and Subscription“ (Digitale Produktverantwortung für die Regionalmedien), den digitalen Portalen für den Zeitschriftenbereich sowie FUNKE Digital (Entwicklung digitaler Produkte) zusammen.

/2.2 Verhaltenskodex von FUNKE

FUNKE steht für eine Haltung, die auf eindeutigen Werten und einem vertrauensvollen Miteinander gründet. Der Verhaltenskodex legt Mitarbeiter*innen in elf Prinzipien eigene Regeln auf – auch für die interne Zusammenarbeit.

Eine wichtige Maßnahme im Compliance Management System von FUNKE besteht in der Aufforderung zu Aufmerksamkeit und gewissenhaftem Verhalten. Der Verhaltenskodex fungiert dabei als klare Richtschnur für den Umgang mit Kolleg*innen und Geschäftspartner*innen. Einen ersten Kodex für die Redaktionen legte FUNKE bereits 2002 auf. 2021 kam eine stark erweiterte Fassung für die gesamte Belegschaft unter dem Titel **„Verhaltenskodex für ein vertrauensvolles Miteinander“** hinzu. Als Basis der Unternehmenskultur, dem sogenannten „FUNKE Weg“, unterstreicht der Kodex das uneingeschränkte Bekenntnis der Unternehmensleitung und der Mitarbeiter*innen zur Rechts- und Regeltreue.

FUNKE bekennt sich im Verhaltenskodex zu elf klaren Prinzipien. Diese schreiben eine integre Haltung in der Befolgung des

Pressekodex, der eigenen Richtlinien sowie von nationalen wie internationalen Gesetzen und Standards vor. Dies gilt für Themen wie Korruption, Interessenskonflikte durch Zuwendungen Dritter, Kartellabsprachen, Menschenrechte, Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung. Ebenso betont der Kodex die Chancengleichheit aller Mitarbeiter*innen. FUNKE macht „keine Unterschiede bei Einstellung, Beförderung oder Gewährung von Aus- und Weiterbildung und im täglichen Umgang hinsichtlich des Geschlechts, des Alters, des Familienstandes, der Hautfarbe, der Kultur, der ethnischen Herkunft, der sexuellen Identität, einer Behinderung oder der Religionszugehörigkeit“. Sexismus und sexuelle Belästigung werden nicht toleriert. Für betroffene Mitarbeiter*innen gibt es bei FUNKE eine Antidiskriminierungsstelle sowie andere Eingangstore für eine Meldung.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE**
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

/2.1 Gesetzes- und richtlinien-
konformes Verhalten

/2.2 Verhaltenskodex von FUNKE

/2.3 Lieferantendialog

/2.4 Monitoring der Lieferkette

/2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Zu einer offenen Kommunikationskultur zählt auch das sogenannte Whistleblowing bzw. das **Hinweisgebersystem** bei FUNKE. Bei diesem Thema bezieht der Verhaltenskodex eine klare Position. Mitarbeiter*innen, die Missstände feststellen, werden eingeladen, nach bestem Wissen und Gewissen darauf aufmerksam zu machen. Dafür stehen verschiedene Wege offen, vom Hinweis gegenüber Kolleg*innen oder Führungskräften bis zum vertraulichen Hinweis an das Team Compliance oder eine externe Stelle.

Zu den weiteren Prinzipien des Verhaltenskodex zählt hohe Arbeitssicherheit sowie der sorgfältige Umgang mit sensiblen Daten und IT-sicherheitsrelevanten Themen. Im Hinblick auf Nachhaltigkeit sei hier vor allem FUNKES **Bekenntnis zum nachhaltigen Wirtschaften** hervorgehoben: Der Verhaltenskodex fordert ausdrücklich die kontinuierliche Reduktion des CO₂-Fußabdrucks und des Energieeinsatzes. Er formuliert das Ziel, Energieeffizienz und Umweltleistung fortlaufend zu verbessern und einen aktiven Beitrag zu Klima- und Umweltschutz zu leisten.

Außerdem wird an dieser Stelle die soziale Verantwortung der Mediengruppe als „Corporate Citizen“ gegenüber der Gesellschaft und den Mitarbeiter*innen (Details zu Maßnahmen siehe Kapitel // 04 Soziales) unterstrichen.

Für Dienstleister*innen und Lieferant*innen von FUNKE gilt ein zusätzlicher Kodex, zu dem sich die Geschäftspartner*innen bekennen müssen. Seine Prinzipien entsprechen in weiten Teilen jenen, zu denen sich die FUNKE-Mitarbeiter*innen selbst mit dem eigenen Verhaltenskodex verpflichten (siehe dazu auch Kapitel / 2.3 Lieferantendialog).

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog**
- /2.4 Monitoring der Lieferkette
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

/2.3 Lieferantendialog

Nachhaltiges Handeln gelingt gemeinsam besser. Deshalb ergreift FUNKE die Initiative und erarbeitet mit seinen Lieferant*innen Ansätze zu mehr Transparenz bei Lieferketten, CO₂-Bilanz, Energieeffizienz und Kreislaufwirtschaft.

Nur mit nachhaltigen Wertschöpfungsketten wird die Transformation der Wirtschaft gelingen. Deshalb bezieht FUNKE seine Lieferant*innen in die nötigen Anstrengungen ein. Im „**Supplier Code of Conduct**“ verpflichten sich die Geschäftspartner*innen von FUNKE zum „nachhaltigen Wirtschaften und zur verantwortungsvollen Nutzung der natürlichen Ressourcen“. Gemeint sind damit Standards, die vom Verbot der Kontamination des Bodens bis zur Einhaltung umweltrechtlicher Genehmigungen reichen.

Für seinen Beitrag zum Klimaschutz geht das Unternehmen FUNKE mit seinen Geschäftspartner*innen einen Schritt weiter. So trat der Bereich Einkauf zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen in den offenen Dialog mit den

Geschäftspartner*innen und initiierte dafür den „**FUNKE Lieferantendialog**“. Damit haben wir eine Austauschplattform mit unseren Kernlieferant*innen geschaffen, durch die wir mehr Nachhaltigkeit in unsere Wertschöpfungskette bringen möchten. Die Teilnehmer*innen der ersten Veranstaltung wurden aufgefordert, jeweils ein Ziel zu mehr Nachhaltigkeit zu formulieren, an dem die nächsten 12 Monate gemeinsam gearbeitet wird.

Zur ersten Veranstaltung im September 2022 wurden die Entscheider*innen aus den Top45 FUNKE Lieferant*innen eingeladen. Nachdem FUNKE seine Nachhaltigkeitsziele verdeutlicht hat, erarbeiteten die Teilnehmer*innen gemeinsame Ziele und Maßnahmen. Die

Themen der von Nachhaltigkeitsfachleuten moderierten vier Arbeitsgruppen waren:

1. Wie kann die CO₂-Bilanz in Scope 3 bestmöglich bilanziert werden? (Standards, Tools, Schulungen, Veränderungsansätze)
2. Wie lässt sich Zirkularität und somit die Ressourceneffizienz weiter steigern?
3. Wie lässt sich die Transparenz in der Lieferkette verbessern, insbesondere in Hinblick auf die Risiken von Menschenrechtsverletzungen (siehe dazu auch Kapitel / 2.4 Monitoring der Lieferkette)
4. Welche Maßnahmen bieten sich zur Steigerung der Energieeffizienz an?

Mehr als die Hälfte der teilnehmenden Lieferant*innen reichten bis Ende 2022 ihre Commitments ein. Sie bieten die Grundlage für die Entwicklung, Umsetzung und das Monitoring von Maßnahmen.



/2.4 Monitoring der Lieferkette

- VORWORT
- INHALT
- EINLEITENDE INFORMATIONEN
- UNTERNEHMENS PORTRÄT

// 01 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette**
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03 ÖKOLOGIE

// 04 SOZIALES

GRI-INDEX

FUNKE achtet in den eigenen Lieferketten auf die Einhaltung von Menschenrechten. Durch die Implementierung der digitalen Plattform IntegrityNext kann das Unternehmen die neuesten gesetzlichen Anforderungen an Transparenz, Risikomanagement und Berichtspflicht zeitgemäß erfüllen.

Als Medienkonzern mit vielen Printprodukten im Portfolio nimmt FUNKE auch Produkte ab, deren (Halb-)Fertigprodukte aus internationalen Rohstofflieferketten stammen. Verstöße gegen Menschenrechte oder Fälle von Zwangsarbeit stellen innerhalb der EU durch das geltende Recht eher die Ausnahme dar. Aber auch außerhalb dieses Wirtschaftsraums legt FUNKE bei ihren Geschäftspartner*innen Wert auf die Einhaltung gängiger Standards. Der Maßstab dafür sind die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, welche 2011 zur weltweiten Bekämpfung von Menschenrechtsverletzungen in wirtschaftlichen Zusammenhängen verabschiedet wurden.

Am 1. Januar 2023 trat zudem das **Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)** in Kraft, das sich an die UN-Leitprinzipien anlehnt. Der Bereich Einkauf und das Team Nachhaltigkeit haben sich deshalb frühzeitig mit dem neuen Gesetz auseinandergesetzt. Ein cross-funktionales Team, bestehend aus Einkauf, Compliance und der Rechtsabteilung, hat **Maßnahmen für das Risikomanagement** definiert. Dabei gilt das Ziel, die konkreten Anweisungen, wie sie das LkSG formuliert, mit größtmöglicher Sicherheit umzusetzen. In diesem Zusammenhang hat FUNKE Anfang 2023 auch die „Grundsatzerklärung“ zu umwelt- und menschenrechtsbezogenen Risiken gemäß LkSG unterschrieben.

Damit sichergestellt ist, dass in allen Teilen der Lieferkette von FUNKE zuverlässig und durchgängig faire und nachhaltige Bedingungen herrschen, hat die Mediengruppe verschiedene Systeme für das Monitoring eingerichtet. So wirken die Lieferant*innen über Selbstauskünfte daran mit, das gegenseitige Vertrauen innerhalb der Lieferkette zu stärken und zu erhalten. Auch der „Supplier Code of Conduct“ wurde auf die Anforderungen des LkSG abgestimmt.

Mitte 2022 konnte FUNKE zudem die Transparenz innerhalb der Lieferkette durch den Einsatz eines zusätzlichen Instruments weiter steigern: der digitalen **Plattform „IntegrityNext“**. Mit diesem Risikomanagement-System hat das Unternehmen ein Instrument an der Hand, das dem Einkauf ermöglicht, die Nachhaltigkeit der Lieferketten zu verbessern und die gesetzlichen ESG-Anforderungen zu erfüllen. Das cloudbasierte Programm scannt in Echtzeit Informationen zu unseren Lieferant*innen und deckt Unregelmäßigkeiten auf. Die Plattform sammelt zudem Lieferant*innendaten über Selbsteinschätzungen, Beobachtungen kritischer Nachrichten und unter Berücksichtigung von Länder- und Branchenrisiken. Ihre Fragebögen orientieren sich an den einschlägigen internationalen Standards wie OECD, UN und ILO. Wir können so ein aktives Risikomanagement betreiben und wollen bis zum 31.12.2023 die Zahl der Lieferant*innen mit roten und gelben Bewertungen in den LkSG-relevanten Fragebögen von IntegrityNext um fünf Prozent reduzieren.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette**
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
 ÖKOLOGIE

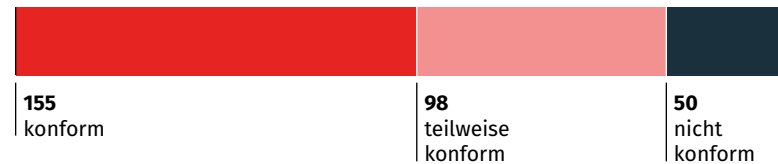
// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Für den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wurden Befragungen nach verschiedenen sozialen Kriterien und Umweltkriterien unter 386 Lieferant*innen vorgenommen. Die folgenden Daten gelten zum Stichtag 28.12.2022.

Umweltbewertung der Lieferant*innen

Wir konnten 78,5 Prozent der befragten Lieferant*innen nach Umweltkriterien bewerten. Als Nachweis für ein effizientes Umweltmanagement akzeptierten wir Zertifikate wie ISO 14001, ISO 9001 oder EMAS.



Von 386 Lieferant*innen gaben 303 Auskunft zum Thema Umweltschutz in Form eines Fragebogens. Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

- Ein*e Lieferant*in wird als „konform“ bewertet, wenn keine FUNKE-relevante Nachhaltigkeitskategorie als „nicht konform“ bewertet wird und es mindestens genauso viele „konform“ bewertete Kategorien wie „teilweise konform“ bewertete gibt.
- Ein*e Lieferant*in wird als „teilweise konform“ bewertet, wenn keine FUNKE-relevante Nachhaltigkeitskategorie als „nicht konform“ bewertet wird und es überwiegend „teilweise konform“ bewertete Sub-Kategorien gibt.
- Ein*e Lieferant*in wird als „nicht konform“ bewertet, wenn mindestens eine FUNKE-relevante Nachhaltigkeitskategorie als „nicht konform“ bewertet wird.

Ergebnis: Einige Lieferant*innen verhalten sich beim Thema Umweltschutz nicht konform. Mögliche Gründe dafür können unter anderem Priorisierung anderer Geschäftstätigkeiten, unzureichendes Wissen zum Thema oder mangelnde Ressourcen (z. B. Personal) sein.

Maßnahmen: Lieferant*innen, die an der Umfrage nicht teilgenommen haben, wurden von FUNKE erneut aufgefordert, an der Selbstauskunft mitzuwirken. Dabei bot ihnen unser Nachhaltigkeitsmanagement Hilfe an. Mit Lieferant*innen, die keine Nachweise über ihr Umweltmanagementsystem nach ISO 14001, ISO 9001, EMAS oder ähnlichen EU-Anforderungen vorlegen konnten, ging das Nachhaltigkeitsmanagement von FUNKE in den Austausch. Ein Teil der Lieferant*innen konnte keine Ziele, Programme und Schulungen für Mitarbeiter*innen zur Verbesserung des Umweltschutzes nachweisen. In diesen Fällen forderte das FUNKE Nachhaltigkeitsmanagement die Geschäftspartner*innen dazu auf und unterstützte sie dabei in Form von Beratung und Empfehlungen. Die angestoßenen Verbesserungen hat FUNKE mit den Lieferant*innen gemeinsam formuliert und hält sie kontinuierlich nach.

Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen

Wir fordern von unseren Lieferant*innen eine Bestätigung, dass Meinungs- und Versammlungsfreiheit eingehalten werden und die Tarifverhandlungen der Angestellten respektiert werden.

1. Können Sie bestätigen, dass Ihr Unternehmen nicht gegen das ILO-Übereinkommen über das Recht auf Vereinigung und Kollektivverhandlungen (Nr. 98) verstößt?



2. Können Sie bestätigen, dass Ihr Unternehmen nicht gegen das ILO-Übereinkommen über Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechts (Nr. 87) verstößt?



3. Verpflichtet sich die Geschäftsleitung Ihres Unternehmens auf das Grundrecht der Arbeitnehmer*innen, Gewerkschaften zu gründen sowie darauf, Tarifverhandlungen anzuerkennen?



286 der befragten 386 Lieferant*innen gaben Auskunft zu Gefährdungen des Rechts ihrer Mitarbeiter*innen auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen.
 Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

Ergebnis: Das Recht der Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlung ist bei vielen Lieferant*innen gewährleistet, da die regionale Gesetzgebungen dies erfordern. Dennoch fehlt in manchen Fällen seitens der Geschäftsführung eine bindende Verpflichtung zur Gewährleistung dieser Rechte.

Maßnahmen: Da einige der Lieferant*innen zum Thema Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlung keine Angabe gemacht haben, setzen wir in diesem Bereich auf ein kontinuierliches Monitoring.

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette**
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

Kinderarbeit

Wir befragten die Lieferant*innen zu ihrer Praxis bei der Beschäftigung von Minderjährigen.

1. Entspricht Ihr Unternehmen den lokalen Gesetzen sowie der entsprechenden Konvention der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zum Mindestalter von Beschäftigten?



2. Wird das von Ihren Mitarbeiter*innen während des Einstellungsprozesses angegebene Alter von Ihrem Unternehmen überprüft, und geschieht dies auch, wenn der Einstellungsprozess von Personalvermittler*innen durchgeführt wird?



3. Können Sie bestätigen, dass Ihr Unternehmen nicht gegen das ILO-Übereinkommen zur Abschaffung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit (Nr. 182) verstößt?



286 der 386 befragten Lieferant*innen äußerten sich auch zu Fragen der Kinderarbeit. Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

Ergebnis: Die große Mehrheit hält sich an geltendes Gesetz. Fehlende Angaben basieren oft auf der selbstverständlichen Einhaltung der deutschen Gesetzgebung. Dennoch besteht ein Risiko von Verletzungen der FUNKE Compliance bei Lieferant*innen mit Produktionsländern außerhalb der EU.

Maßnahmen: Da einige der Lieferant*innen zum Thema Kinderarbeit keine Angabe gemacht haben, setzen wir in diesem Bereich auf ein kontinuierliches Monitoring.

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette**
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

Zwangs- und Pflichtarbeit

Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit in den Betriebsstätten stellen ein erhebliches Risiko dar. In der Bewertung werden Zwangsarbeit in der Privatwirtschaft, sexuelle Zwangsausbeutung und staatlich verordnete Zwangsarbeit unter dem Thema „Zwangsarbeit“ zusammengefasst.

Wir forderten mit drei Fragen an unsere Lieferant*innen ein Bekenntnis gegen Zwangs- und Pflichtarbeit.

1. Können Sie bestätigen, dass Ihr Unternehmen nicht gegen den Internationalen Pakt über bürgerliche und politische Rechte verstößt?



2. Verfügt Ihr Unternehmen über Maßnahmen, um jegliche Art von Misshandlung von Mitarbeiter*innen zu verhindern?



3. Können Sie bestätigen, dass Ihr Unternehmen nicht gegen das ILO-Übereinkommen über Zwangsarbeit (Nr. 29) und das ILO-Übereinkommen über die Abschaffung der Zwangsarbeit (Nr. 105) verstößt?



286 der 386 befragten Lieferant*innen äußerten sich auch zu Fragen der Zwangs- und Pflichtarbeit in Form eines Fragebogens.
 Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

Ergebnis: Fast alle Befragten konnten alle Fragen mit Ja beantworten. Die 9 Nein-Stimmen in Frage 2 begründen sich damit, dass manche Firmen in Deutschland durch den Mangel an Verstößen dieser Art und den gesetzlichen Schutz der Arbeitnehmer*innen keinen Anlass für Maßnahmen sehen.

Maßnahmen: Da einige der Lieferant*innen zum Thema Zwangsarbeit keine Angabe gemacht haben, setzen wir in diesem Bereich auf ein kontinuierliches Monitoring.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette**
- /2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Soziale Bewertung der Lieferant*innen

Dieser Fragenkomplex ermöglicht eine Bewertung der Lieferant*innen nach sozialen Kriterien. Diese werden als Menschen- und Arbeitsrechte, Arbeitssicherheit und Verantwortung in der Lieferkette gebündelt ausgewertet. Die Auswertung der sozialen Kriterien orientiert sich an den Weltentwicklungsindikatoren, den Armuts- und Gerechtigkeitsindikatoren sowie dem globalen Sklaverei-Index der Weltbank.

Für die Befragung zu negativen sozialen Auswirkungen in der Lieferkette wurden 289 Lieferant*innen zu ihrem Umgang mit Menschen- und Arbeitsrechten, 280 mit Arbeitssicherheit und 270 zu ihrer Verantwortung in der Lieferkette überprüft.

Ergebnis: 74,87 Prozent der befragten Lieferant*innen gaben Auskünfte zu Menschen- und Arbeitsrechten, 72,54 Prozent zu Arbeitssicherheit und 69,95 Prozent zu Verantwortung in der Lieferkette. Grundsätzlich wurden in diesem Bereich Defizite in der Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen und der Verpflichtung zu Compliance festgestellt. Manche Lieferant*innen verweigern Auskünfte zu sozialen Themen (Menschen- & Arbeitsrechte, Arbeitssicherheit und Verantwortung in der Lieferkette) ebenso wie Antworten auf kritische Fragen. Zudem ist die Verpflichtung zur Compliance beim Thema Nachhaltigkeit bei den Lieferant*innen nicht immer gegeben.

Maßnahmen: Wir werden darauf beharren, dass Lieferant*innen an der Selbstauskunft teilnehmen. Bei Bedarf werden diese dabei von uns unterstützt. Ablehnende Haltungen gegenüber kritischen Fragen können im persönlichen Austausch über die Bedeutung und den Nutzen von kritischen Fragen gemeinsam geklärt werden – mit dem

Ziel, die vorenthaltenen Auskünfte zu erhalten. Bei manchen Warengruppen kommt dabei eine kaskadierende Lieferant*innenüberprüfung infrage. Auch in den Fällen, in denen Compliance-Verpflichtungen beim Thema Nachhaltigkeit vernachlässigt werden, kann der verstärkte Austausch mit Lieferant*innen und die Beratung zu möglichen Maßnahmen einen Haltungswechsel herbeiführen.

Die Ergebnisse der Umfrage stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

Menschen- und Arbeitsrechte



289 der 386 befragten Lieferant*innen äußerten sich auch zum Thema Menschen- und Arbeitsrechte in Form eines Fragebogens.
 Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

Ergebnis: Da viele Lieferant*innen gemäß deutschem Recht handeln, ist die Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte bei den meisten eine Selbstverständlichkeit. Der Grund für die Vorenthaltung der Auskünfte kann zudem darin liegen, nicht negativ auffallen zu wollen.

Maßnahmen: Die Antworten auf die Fragen an die Lieferant*innen nach Menschen- und Arbeitsrechten erforderten keine gesonderten Maßnahmen zur Verhinderung von Misshandlung.

Arbeitssicherheit



280 der 386 befragten Lieferant*innen äußerten sich auch zum Thema Arbeitssicherheit in Form eines Fragebogens. Dabei werden die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter*innen überprüft.
 Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

Ergebnis: Alle Lieferant*innen sind verpflichtet, das Arbeitsschutzgesetz einzuhalten. Es wird deshalb überwiegend eingehalten. Im Zweifelsfall wird keine Auskunft zur Detailauswertung gegeben. Der Grund kann darin liegen, nicht negativ auffallen zu wollen.

Maßnahmen: Die Antworten auf die Fragen an die Lieferant*innen nach Menschen- und Arbeitsrechten erforderten keine gesonderten Maßnahmen zur Verhinderung von Misshandlung.

Verantwortung in der Lieferkette



270 der 386 befragten Lieferant*innen äußerten sich auch zum Thema Verantwortung in der Lieferkette in Form eines Fragebogens. Diese Verantwortung müssen alle Lieferant*innen in der Lieferkette in Form der unternehmerischen Verpflichtung betr. Nachhaltigkeit und Compliance sicherstellen.
 Quelle: IntegrityNext. Etwaige Abweichungen zum Stichtag 28.12.2022 können aufkommen.

Ergebnis: Die Befragung erbrachte ein positives Ergebnis: Die Verantwortung der Lieferant*innen entlang ihrer Wertschöpfungskette wird mehrheitlich wahrgenommen.

Maßnahmen: Im nächsten Schritt sollen Lieferant*innen in dieser Verantwortung noch mehr in die Pflicht genommen werden. Außerdem soll die Umsetzung verbessert werden.

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- /2.1 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
- /2.2 Verhaltenskodex von FUNKE
- /2.3 Lieferantendialog
- /2.4 Monitoring der Lieferkette

/2.5 Nachhaltige Beschaffung

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

/2.5 Nachhaltige Beschaffung

Beim Einkauf von Rohstoffen und Materialien spielen für FUNKE Kriterien der Nachhaltigkeit eine nachweislich entscheidende Rolle. Das Medienunternehmen ist deshalb als „Nachhaltige Beschaffungsorganisation“ zertifiziert.

Wir verstärken unsere Anstrengungen, auf Nachhaltigkeit bei der Beschaffung zu achten. So verlieh der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (BME) im November 2022 FUNKE den Titel **„Nachhaltige Beschaffungsorganisation, Level 2“**. Wir haben in der Vergangenheit bereits ein Selbstaudit in Form eines standardisierten und gelenkten Fragebogens vorgenommen und eine Selbstverpflichtungserklärung formuliert, die die Mindestkriterien einer nachhaltigen Beschaffungsorganisation Level 1 erfüllt. Mit Level 2 setzen wir das Commitment aus der Selbstverpflichtung nun um. Bis 31.12.2023 wollen wir das Level 3 als BME Nachhaltige Beschaffungsorganisation erreicht haben.

Wir erfüllen dafür strenge Kriterien. So konnte der Bereich Einkauf den Anteil des Beschaffungsbudgets, der an lokale Lieferant*innen geht, von 86 Prozent im Jahr 2021 auf 94 Prozent im Jahr 2022 erhöhen. Als „lokal“ definiert FUNKE Lieferant*innen aus Deutschland. Dabei wurde das gesamte Beschaffungsbudget berücksichtigt.

Der Einkauf kann eine nachhaltige Beschaffungsstrategie nachweisen, die konsequent in Form eines Beschaffungsprogramms umgesetzt und fortgeführt wird. Das Programm priorisiert Handlungsfelder, Zielsetzungen und Verantwortlichkeiten. Zudem wurde das Thema Nachhaltigkeit in der Einkaufsrichtlinie verankert. In einer kaskadierenden Lieferantenanalyse schafft FUNKE Transparenz in der Lieferkette von mindestens drei wesentlichen Lieferant*innen pro Jahr. FUNKE hat sich zudem eigene Performance-Indikatoren zur Messung der Nachhaltigkeit in den Einkaufsprozessen gesetzt.

Dafür sind dem Bereich Einkauf im Jahr 2022 – neben der oben erwähnten Einführung der Monitoring-Plattform „IntegrityNext“ – auch folgende Veränderungen gelungen:

- › Für alle vom Einkauf betreuten Warengruppen wurden ökologische, soziale und regulatorische Kriterien definiert, die zukünftig bei der Auswahl neuer Lieferant*innen berücksichtigt werden.

- › Für ausgewählte Partner*innen aus dem Bereich Produktion analysierten wir die Lieferkette der Produkte. Daraus entstand ein besseres Verständnis über deren Diversifikation und eventuelle Risiken. Als Beispiel seien hier Farbproduzent*innen genannt.
- › In Ausschreibungen fragen wir zukünftig explizit Nachhaltigkeitsthemen ab: Potenzielle Lieferant*innen müssen Angaben in Bezug auf Menschen-/Arbeitsrechte, CO₂-Emissionen, Anti-Korruption und Umweltschutz machen. Die Angaben werden im Angebot in einen virtuellen Aufschlag, den **„Cost of Sustainability“**, umgerechnet. So kann die jeweilige Fachabteilung ihre Vergabe-Entscheidung nicht nur nach monetären, sondern auch nach Nachhaltigkeitskriterien fällen.
- › Die einzelnen FUNKE-Abteilungen bestellen kleinere Bedarfe wie Büromaterial oder Arbeitskleidung auf einem internen Einkaufsportale (FUNKePro), dessen Produkte unter anderem nach Kriterien der Nachhaltigkeit vorausgewählt wurden.

// 03 ÖKOLOGIE

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

- /3.1 Treibhausgas-Emissionen
- /3.2 Energie & Mobilität
- /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX



/3.1 Treibhausgas-Emissionen

Das Unternehmen FUNKE hat die Prozesse zur Bilanzierung seiner Treibhausgase etabliert. Bei der Erhebung der Werte in 2021 und 2022 konnten wir unsere Datenqualität für das zweite Jahr bereits optimieren. Diese zusätzliche Transparenz hilft uns, noch gezielter die Senkung des CO₂-Fußabdrucks voranzutreiben.

FUNKE setzt sich aktiv für den Klimaschutz ein. Dafür müssen wir zunächst entlang unserer **Wertschöpfungskette** (siehe Grafik unten) die größten Quellen all jener Treibhausgase (THG) erkennen, die im Kyoto-Protokoll reglementiert wurden. Das ist ein wichtiger Schritt, um nicht nur die THG-Emissionen unserer Medienhäuser bis 2035

auf null zu setzen, sondern auch perspektivisch eine CO₂-freie Wertschöpfungskette „**vom Baum bis zum Briefkasten**“ zu erreichen. Dabei wollen wir unseren Corporate Carbon Footprint zum 31.12.2023 und zum 31.12.2024 um jeweils drei Prozent reduzieren oder überreduzieren (bezogen auf das Basisjahr 2021). Nur die Emissionen, die sich gar nicht vermeiden lassen, werden wir kompensieren.

- VORWORT
- INHALT
- EINLEITENDE INFORMATIONEN
- UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

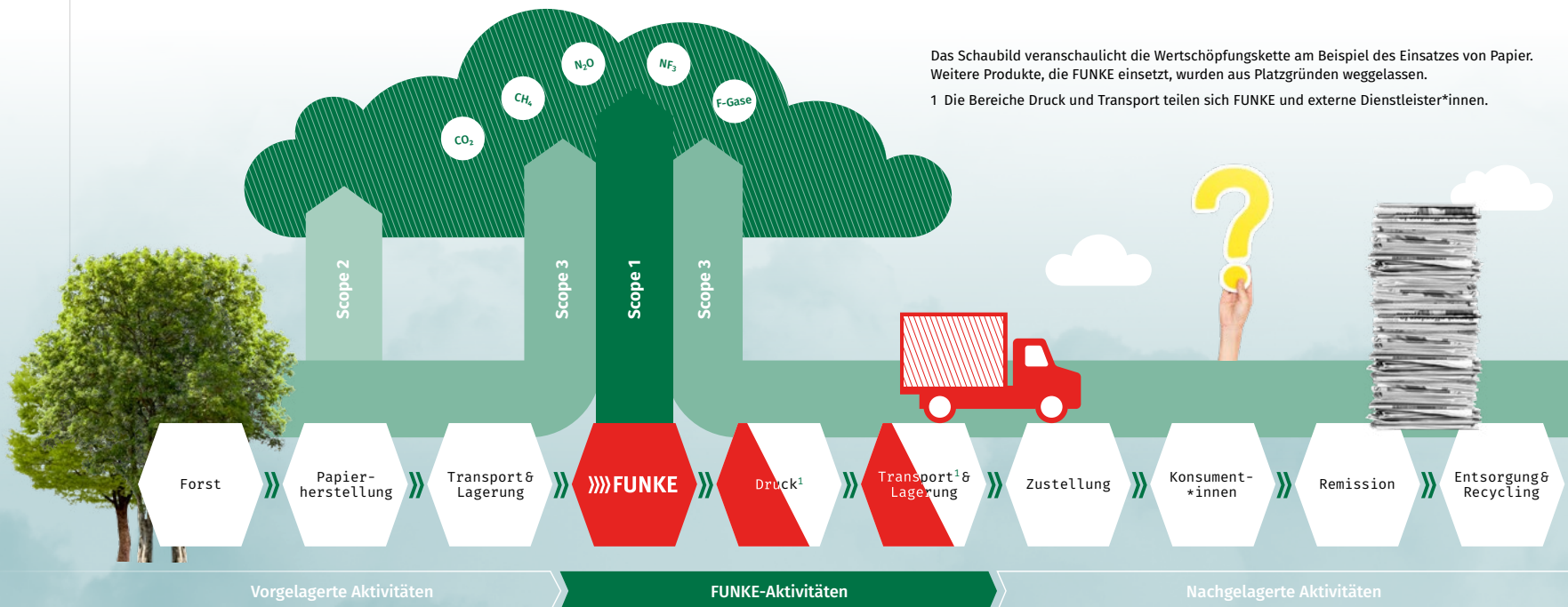
// 03
ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-Emissionen

- /3.2 Energie & Mobilität
- /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX



Das Schaubild veranschaulicht die Wertschöpfungskette am Beispiel des Einsatzes von Papier. Weitere Produkte, die FUNKE einsetzt, wurden aus Platzgründen weggelassen.

1 Die Bereiche Druck und Transport teilen sich FUNKE und externe Dienstleister*innen.

Dieses Ziel zu erreichen, verstehen wir als Gemeinschaftsaufgabe: Zusammen mit unseren Lieferant*innen und Geschäftspartner*innen wollen wir unseren Beitrag dazu leisten, die Erderwärmung – wie im Pariser Klimaabkommen vereinbart – auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Die THG-Emissionen bilanzieren wir auf Basis des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol).

Nicht alle THG-Emissionen verursacht FUNKE selbst. Sie entstehen auch durch Lieferant*innen, Geschäftspartner*innen und Kund*innen als Teilnehmer*innen der Wertschöpfungskette (siehe Grafik auf vorheriger Seite). Die vorgelagerten Aktivitäten umfassen die Gewinnung und Verarbeitung von Rohstoffen, die Herstellung von Produktionsmitteln und den Energiebezug. Von den Standorten fließen die Emissionsdaten durch den Anlagenbetrieb sowie das Pendeln und die Geschäftsreisen der FUNKE-Mitarbeiter*innen in die Bilanz ein. Nachgelagert sind Aktivitäten wie der Konsum der Produkte, Remissionen und Entsorgung bzw. Recycling. Bei Emissionen aus Druck und Zustellung unterscheiden wir zwischen denen, die FUNKE direkt verursacht (FUNKE Druck und FUNKE Logistik), und denen aus Aktivitäten von externen Dienstleister*innen.

Die Bilanzgrenzen zwischen internen und externen Emissionsquellen teilen wir deshalb im Sinne des GHG Protocol in folgende drei „Scopes“:

- › **Scope 1** umfasst die Freisetzung klimaschädlicher Gase von FUNKE samt Tochterunternehmen. Dazu zählen neben dem Gasaustritt aus eigenen Anlagen auch Emissionen durch den Einsatz von Heizöl und Gas sowie durch die eigene Logistikflotte.
- › **Scope 2** betrifft die indirekten Emissionen aus eingekauftem Strom sowie aus Fernwärme.

- › **Scope 3** beinhaltet – wie es das GHG Protocol definiert – alle indirekten THG-Emissionen, die nicht in Scope 2 enthalten sind. Das ist der größte Teil der Emissionen von FUNKE. Als Emissionskategorien fallen unter Scope 3 unter anderem Produktionsmaterialien (Papier, Farben, Platten etc.), Emissionen durch Mitarbeiter*innen (Dienstreisen und Arbeitswege), Entsorgung verkaufter Produkte, Nutzung verkaufter Digitalprodukte, betriebliche Abfälle, bezogene Dienstleistungen (Logistikdienstleistungen, Druckdienstleistungen, Sonstiges), Wasserverbrauch und Abwasser.

Hinweis: In den Bilanzen von 2021 und 2022 ist die Kategorie „Entsorgung verkaufter Produkte“ (Scope 3) enthalten. Diese umfasst das Recycling des eingesetzten Papiers. Für das Bilanzjahr 2023 prüfen wir, ob wir diese Kategorie beibehalten oder ob die Emissionen durch die Aufbereitung des Altpapiers bereits in ausreichendem Umfang in den Emissionswerten unserer Papierlieferant*innen erfasst sind.

Die Treibhausgasemissionen

in Tonnen CO₂-Äquivalente (tCO₂e)

Corporate Carbon Footprint in tCO ₂ e	2022	2021
Scope 1	6.042	6.927
Scope 2	4.505	9.232
Scope 3	195.940	258.262
Gesamt	206.487	274.421

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
 Emissionen

/3.2 Energie & Mobilität
 /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Verbesserung der Datenqualität

Die Erhebung der Daten für 2022 in Scope 3 konnten wir im Vergleich zum Basisjahr 2021 präziser gestalten. Mussten wir für 2021 noch einige Emissionsdaten auf Basis der Ausgaben schätzen („Kostenprinzip“) und dabei größere Messfehler in Kauf nehmen, gewannen wir für 2022 mehr Daten auf der Grundlage der verbrauchten Mengen („Mengenprinzip“). Dies verschafft uns auch einen Vorteil für die präzisere Steuerung unserer Maßnahmen zur Emissionsreduktion. Denn während in der Logik des Kostenprinzips per Kostensenkung CO₂-Emissionen reduziert werden, können wir auf der Basis der tatsächlichen Mengen unsere Investitionen in emissionsenkende Technologien beispielsweise besser begründen. Diese mögen die Kosten gegebenenfalls sogar steigern, führen aber unmittelbar und nachhaltig zu niedrigeren Emissionen.

Das Mengenprinzip bedeutet für uns auch deshalb einen Fortschritt, da wir Emissionsmengen und deren Ursachen genauer zuordnen können. Dadurch entstehen konkrete Anreize, den Einsatz emissionsintensiver Waren und Dienstleistungen zu reduzieren. Allerdings lässt dieses Prinzip unberührt, ob auch Lieferant*innen oder Dienstleister*innen ihre Emissionen reduzieren. Um die Datenqualität in Scope 3

noch mehr zu steigern, führt FUNKE zunehmend das „Lieferantenprinzip“ ein. Nach diesem Prinzip werden Lieferant*innen konkret nach dem Emissionsausstoß bei der Herstellung von FUNKE Produkten befragt. Je mehr Lieferant*innen uns ihre Daten zur Verfügung stellen, desto besser wird unsere Datenqualität in Zukunft und damit die Chance, Emissionen effektiv zu senken. So konnten wir bereits für unsere THG-Bilanz zum Bilanzjahr 2022 mit deutlich mehr Daten von unseren Lieferant*innen arbeiten als in 2021. Dies ist unter anderem ein Ergebnis des konstruktiven Austauschs beim „Lieferantendialog“ (siehe dazu auch Kapitel / 2.3 Lieferantendialog). Um die Datenerhebung weiter zu intensivieren, etablieren wir den ständigen Informationsaustausch über Emissions- und Verbrauchsdaten. Dies betrifft insbesondere emissionsintensive Materialien wie Papier, Logistik- und externe Druckdienstleistungen.

Bei der Gegenüberstellung der Bilanzjahre 2021 und 2022 (siehe Tabelle unten) zeigt sich, dass die Energieemissionen in den Druckzentren durch den Wechsel auf Ökostrom und die höhere Qualität der Daten aus 2022 gesunken sind.

Emissionen nach Geschäftsbereichen in tCO ₂ e	FUNKE Digital		FUNKE Druck (inkl. Produktionsmaterialien)		FUNKE Logistik ¹		FUNKE Verwaltung/HQ ²		FUNKE Zeitschriften		FUNKE Tageszeitungen (Verlage)	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Scope 1	50	15	94	1.485	3.703	4.514	1.587	485	69	75	539	353
Scope 2	39	22	181	6.763	507	190	2.713	1.507	167	143	898	607
Scope 3	5.409	4.750	42.785	57.864	36.785	28.321	15.125	13.819	85.942	129.621	9.894	23.887

1 Enthält Emissionen der FUNKE-eigenen Logistik (Transport von u.a. Zeitungen, Zeitschriften, Paketen etc.).

2 Fasst die übrigen Bereiche zusammen, darunter Emissionen durch Verwaltung, Pendler*innen, Dienstreisen und Redaktionen in Teilen der Mediengruppe, die weder zu den Zeitungen noch zu den Zeitschriften gezählt werden.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 **Treibhausgas-
 Emissionen**
 /3.2 Energie & Mobilität
 /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Auffällig ist bei den vorliegenden Emissionsdaten der niedrige Betrag im Digitalbereich. Wir deuten diesen Effekt auch mit der Qualität der vorliegenden Daten, deren Erhebung sich als komplex darstellt. Der digitale Sektor gilt in dieser Hinsicht noch als relativ intransparent.

Maßnahmen: Wir werden die Prozesse der Datenerhebung weiter optimieren. Aus den vorliegenden Daten leiten wir mögliche Maßnahmen zur THG-Reduktion ab und prüfen sie auf ihre Umsetzbarkeit (siehe dazu auch Kapitel / 3.2 Energie & Mobilität und / 3.3 Umgang mit Ressourcen).

Emissionen durch Printprodukte

Bereich Zeitungen in tCO ₂ e	2022	2021
Energie der Druckzentren	962	10.944
Eingesetztes Papier	33.330	42.302
Sonst. Produktionsmaterialien (Farben, Platten etc.)	5.863	6.694
Betriebliche Abfälle (Druckzentren)	583	592

Die Emissionen durch Zeitungspapier sind um ca. 20 Prozent gesunken, da sich Emissionsfaktoren von Lieferant*innen und die Tonnage reduziert haben. Nur ein Teil der Papierlieferant*innen, bei denen wir Transportemissionen für 2022 anfragten, legten diese rechtzeitig vor. Diese Lücken wollen wir für die Bilanzen ab 2023 schließen.

Die Emissionen aus Produktionsmaterialien in den Druckzentren gingen zurück, weil FUNKE den Druckstandort Erfurt Ende 2021 geschlossen hat.

Bereich Zeitschriften in tCO ₂ e	2022	2021
Externe Druckdienstleistungen ¹	21.460	29.026
Eingesetztes Papier	52.169	51.794
Logistik ²	3.930	36.979

¹ Die FUNKE Zeitschriften werden fast ausschließlich extern gedruckt. Die Emissionen aus Energie und Abfall der externen Druckdienstleister sind in der Bilanzkategorie „Externe Druckdienstleistungen“ enthalten. Produktionsmaterialien bei Zeitschriften werden nicht von uns, sondern von den externen Druckern bilanziert. Deshalb sind auch diese Werte beim Punkt „Externe Druckdienstleistungen“ enthalten.

² Daten zu 2022 stammen aus Primärdaten der Lieferant*innen. Die Kategorie „Logistik“ enthält ausschließlich Emissionen von eingekauften Logistikdienstleistungen für den Transport von Zeitschriften. Der Großteil der Zeitschriftenlogistik wird von externen Firmen abgewickelt, deswegen lässt sich die Logistik konkret dem Bereich Zeitschriften zuordnen.

Die Emissionen durch Zeitschriftenpapier sind trotz des Tonnagerückgangs nicht gesunken. Das liegt daran, dass FUNKE seit 2022 auch Transportemissionen von der Papierfabrik bis zum Druckzentrum einbezieht. Die meisten Lieferant*innen im Zeitschriftenbereich nannten uns ihre Transportemissionen, sodass wir diese zum Großteil in der Bilanz berücksichtigen konnten.

Die Emissionswerte im Zeitschriftendruck fallen 2022 niedriger aus. Das liegt daran, dass wir den Primärdatenanteil von externen Druckdienstleister*innen 2022 im Vergleich zu 2021 steigern konnten.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
Emissionen

- /3.2 Energie & Mobilität
- /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Die Emissionsdaten durch die Logistik im Bereich Zeitschriften sind im Jahresvergleich stark gesunken. Eine Ursache dafür ist rechnerisch: 2021 wurden die Emissionen auf Kostenbasis überbilanziert. Die Zahlen für 2022 fielen dagegen auf Basis von Primärdaten, die uns Lieferant*innen zur Verfügung stellten, deutlich geringer aus.

Maßnahmen: Um unsere gesetzten Klimaziele zu erreichen, muss FUNKE die Emissionen für die Papierproduktion, Druck und Logistik deutlich reduzieren. Geplante Maßnahmen bei den Printprodukten sind:

- › eine Reduktion der Grammaturn (bei gleichbleibender Tonnage erwarten wir $-2.910 \text{ tCO}_2\text{e}$). Die Daten zur CO_2 -Einsparung durch die Reduktion der Grammaturn basieren auf Werten der Confederation of European Paper Industries (CEPI). Dabei geben die Papierhersteller die kgCO_2e Werte pro Tonne Papier an.
- › die Einführung des Nachhaltigkeitsangebots GoGreen Plus der Deutschen Post für den Versand ($-2.049 \text{ tCO}_2\text{e}$). Die Deutsche Post investiert mit ihrem Go Green-Angebot in Maßnahmen, die den CO_2 -Ausstoß in ihrem Zustellnetzwerk vermeiden, etwa durch den Einsatz von Biogas und E-Zustellfahrzeugen, die mit Ökostrom geladen werden.

Digitale Produkte

Wir treiben die Digitalisierung unserer Medienprodukte weiter voran. Die Zielvorgabe lautet „**Digital First**“. Aktuell liegt das Verhältnis von Printabonnements zu Online-Abonnements bei den Regionalmedien bei 85 zu 15 Prozent. Bis 2027 will FUNKE ein Verhältnis von 50 zu 50 erreichen. Auch dies ist eine Maßnahme, die den Ressourcenverbrauch für die Herstellung und Verarbeitung von Papier senken soll.

Darüber hinaus werden wir unsere Logistikprozesse durch Effizienz-betrachtungen weiter optimieren. Digitalisierung ist dabei ein wichtiger Faktor. Ein Beispiel: FUNKE musste im März 2023 aus wirtschaftlichen Gründen die Zustellung der Ostthüringer Zeitung (OTZ) in einigen ländlichen Gebieten einstellen. Damit die betroffenen Gemeinden in Greiz und die dort lebenden rund 300 Abonnent*innen weiterhin ihre Zeitung lesen können, stellte FUNKE die Abonnements auf digital um und reduzierte deren Preis. Um auch Menschen mit bislang wenig digitalen Berührungspunkten die Umstellung so einfach wie möglich zu gestalten, haben die betroffenen Leser*innen die Möglichkeit, sich schulen zu lassen. FUNKE verfolgt damit das Ziel, den Thüringer Landkreis zu einer Modellregion zu machen, in dem Digitalisierung das Leben auf dem Land auch über die Zeitung hinaus bereichert – seien es Lebensmittellieferungen, die Online-Apotheke oder auch der stets aktuelle Nahverkehrsplan.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
 Emissionen

- /3.2 Energie & Mobilität
- /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Emissionen durch Energiebezug

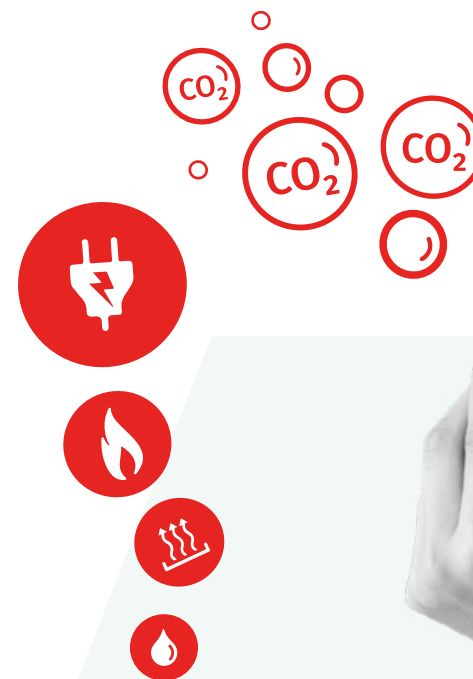
Die vorliegende Übersicht der Emissionsdaten aus verbrauchter Energie gliedert sich in vier Energieträger.

Energieträger in tCO ₂ e	2022	2021
Strom	5.496	11.532
Erdgas für Gebäude und Anlagen	1.226	1.873
Fernwärme	781	1.122
Heizöl	169	67

Die Emissionen aus dem Stromverbrauch fallen am höchsten aus. Daraus entsteht ein wirkungsvoller Hebel zu deren Senkung. Die detailliertere Analyse unserer Energieverbräuche erlaubt zusätzliche Rückschlüsse auf die einzelnen Emissionsverursacher in der Wertschöpfungskette von FUNKE.

In den Jahren 2021 und 2022 haben wir Emissionen durch Energieverbräuche von allen Standorten bilanziert, die von FUNKE genutzt wurden. Vernachlässigt wurden Verbräuche, deren Aufstellung über die Nebenkostenabrechnung erfolgt war. Diese belaufen sich allerdings nur auf einen Bruchteil des Gesamtverbrauchs.

Maßnahmen: Um den Verbrauch so gering wie möglich zu halten, wurde in den Druckzentren bereits 2015 ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001 eingeführt. Das Umweltmanagement der Druckzentren wurde kontinuierlich ausgebaut und 2020 nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert. 2022 begann FUNKE, die eigenen Druckzentren auf Ökostrom umzustellen. 2023 stellen wir die Versorgung unserer Medienhäuser auf Strom aus regenerativen Energien um. Derzeit prüfen wir auch nachhaltige Hebel oder Maßnahmen für die Heiztechnik und reduzieren die Verbräuche über Optimierungsmaßnahmen.



/3.2 Energie & Mobilität

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
Emissionen

/3.2 Energie & Mobilität

/3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Die größten Energieverbräuche entstehen bei FUNKE durch den Gebäudebetrieb, die Druckzentren sowie Logistik und Mobilität. Umstellungen, Sparmaßnahmen, aber auch Corona zeigen 2022 ihre Wirkung.

Der Gesamtenergieverbrauch reduzierte sich zwischen 2021 und 2022. Der Rückgang ist unter anderem auf die Einführung von Ökostrom in den Druckzentren sowie die Schließung des Druckstandortes Erfurt Ende 2021 zurückzuführen.

Gesamtenergieverbrauch

Der Gesamtenergieverbrauch schlüsselt sich nach Energieträgern wie folgt auf:

Gesamtenergieverbrauch innerhalb der Organisation in kWh, Megajoule und Liter	2022	2021
Erdgas für Gebäude und Anlagen	5.395.012 kWh	8.727.528 kWh
Eingekaufter Strom	24.255.860 kWh	26.239.763 kWh
davon Ökostrom	12.937.866 kWh	
Fernwärme ¹	7.347.107 kWh	6.266.103 kWh
Heizöl ²	476.780 kWh 48.651 l	127.400 kWh 13.000 l
Gesamt	37.474.759 kWh 134.909.133 MJ	41.360.794 kWh 148.898.859 MJ

1 Durch einen Wechsel des Energiedienstleisters kann es zu leichten Abweichungen bei Fernwärme kommen.

2 Für die Umrechnung beim Heizöl beträgt der Heizwert 9,8 kWh pro Liter.

Maßnahmen: Alle Produkte und Services, die FUNKE neu beschafft, müssen möglichst nachhaltig und energieeffizient sein, damit wir die Klimaziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie erreichen. Bei der Anschaffung von IT-Endgeräten achten wir ausdrücklich auf stromsparende Energieschemata. Wir haben außerdem die Raumgrößen und -temperaturen unserer eigenen Rechenzentren optimiert, um den Energiebedarf für Kühlung und Betrieb konstant zu reduzieren. Im Sommer 2022 ergriff die Abteilung FUNKE Real Estate am FUNKE Standort Essen im Gebäudeteil „Medienhaus 1“ mehrere Maßnahmen zur Einsparung von Fernwärme und damit CO₂-Emissionen.

Sie implementierte dafür in Kooperation mit Siemens einen **Digital Service Center**, um Gebäudedaten zu erfassen und automatisch auszuwerten und zu überwachen. Die Zeitschaltprogramme der Raumklimaanlagen wurden reduziert, die Raumtemperaturen wurden gesenkt und die individuelle Einzelraumregelung wurde ausgesetzt. Außerdem schaltete das Facility Management die statische Heizung während der Sommermonate ab. Dadurch konnten 891.479,82 kWh eingespart werden, das sind 34 Prozent weniger als im Vorjahr. Die CO₂-Einsparung zum Stichtag 14.12.2022 betrug 155,919 Tonnen (174,9 Gramm CO₂e/kWh).

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
 Emissionen

/3.2 **Energie & Mobilität**

/3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Weitere Energieeinsparungen versprechen wir uns von folgenden Maßnahmen: In den Sommermonaten wird die Klimaanlage auf die Mindesttemperatur von 24 Grad festgelegt (Einsparung 10–15 Prozent). Geprüft wird die Aussetzung von Kühlung und Heizung in Lager-räumen (Einsparung 10–15 Prozent), die Anhebung der Temperatur in den Serverräumen von 18 auf 25 Grad (Einsparung 10–20 Prozent) und die Abschaltung der Durchlauferhitzer für Warmwasser in den Toiletten (1–2 Prozent).

Druckzentren

Die größten Verbraucher bei FUNKE sind unsere **Druckzentren in Hagen (NRW) und Braunschweig (Niedersachsen)**.

Druckzentrum NRW

Energieverbrauch in kWh	2022	2021
Bezug von Fernwärme (Wärme, Dampf und Kälte)	4.643.190	4.571.520
Eingekaufter Strom	9.836.181	10.134.310
Gesamt	14.479.371	14.705.830

Energieintensitätsquotient¹
2022: 0,0667 kWh pro Druckerzeugnis.
2021: 0,0402 kWh pro Druckerzeugnis.

Druckzentrum Braunschweig

Energieverbrauch in kWh	2022	2021
Gas	124.156	127.746
Eingekaufter Strom	3.101.705	2.606.046
Gesamt	3.225.861	2.733.792

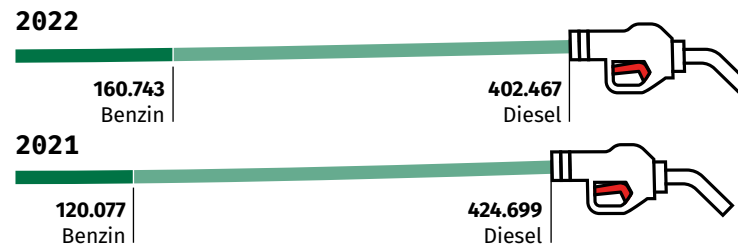
Energieintensitätsquotient¹
2022: 0,0653 kWh pro Druckerzeugnis.
2021: 0,0556 kWh pro Druckerzeugnis.

¹ Der Quotient berücksichtigt nur den Energieverbrauch innerhalb des Druckzentrums.

Maßnahmen: Seit 2022 fließt 100 Prozent grüner Strom durch unsere Druckzentren. Zudem prüfen wir die Anschaffung von Photovoltaik-anlagen. Im Druckzentrum Hagen planen wir außerdem die alten Klimaanlage gegen energieeffizientere und umweltschonende zu ersetzen. Einspareffekte entstehen zudem durch deren Anbindung an die Gebäudeleittechnik.

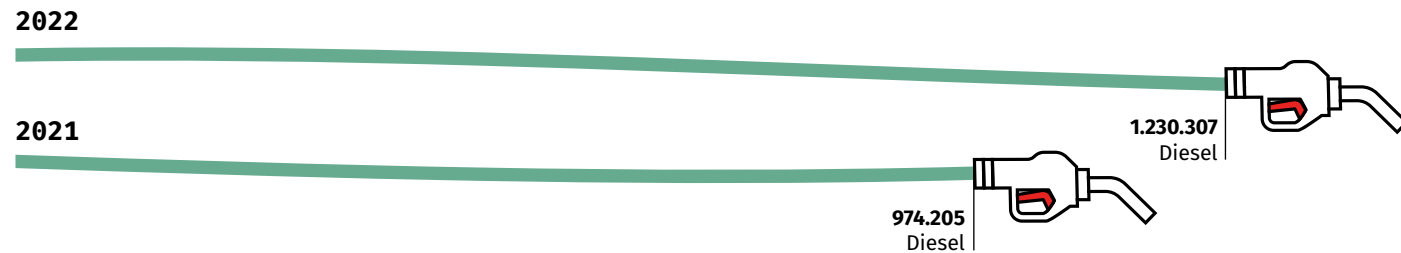
Logistik & Dienstreisen

Verbrauch der Firmen-PKW in Liter



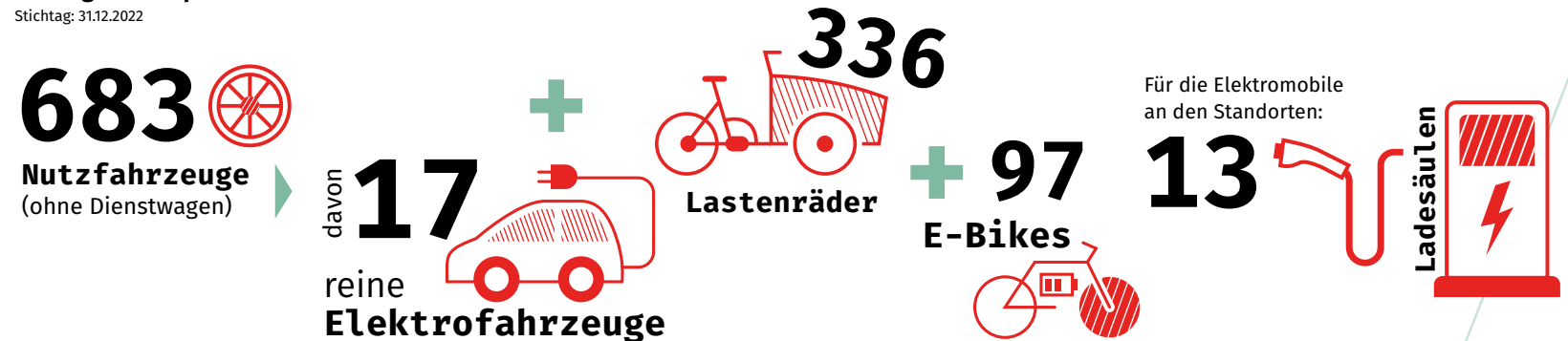
Maßnahmen: In den kommenden Jahren werden wir den Verbrauch unserer Fahrzeuge mit Verbrennermotoren (Benzin und Diesel) weiter reduzieren. Zudem achten wir darauf, dass unsere Mitarbeiter*innen nur dann auf Dienstreise gehen, wenn es unbedingt nötig ist – und dann favorisieren wir die Bahn als Verkehrsmittel.

Verbrauch der Firmen-Logistik in Liter



Der Logistikfuhrpark

Stichtag: 31.12.2022



Mobilität unserer Mitarbeiter*innen

Im Jahresvergleich stellen sich die Emissionsdaten durch die Arbeitswege und Dienstreisen unserer Mitarbeiter*innen wie folgt dar:

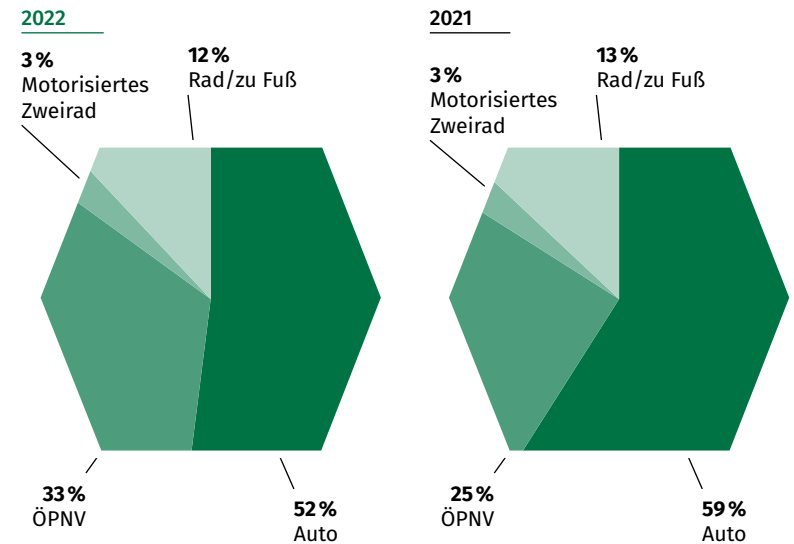
Energieträger in tCO ₂ e	2022	2021
Arbeitswege	3.524	4.002
Homeoffice	3.569	3.904
Dienstreisen	631	335
Dienstwagen	2.037	1.715

Wir haben unter unserer Belegschaft jeweils 2021 und 2022 eine konzernweite Umfrage über das Intranet durchgeführt, um die CO₂-Emissionen unserer Pendler*innen zu ermitteln. Für das Jahr 2021 nahmen 569 Mitarbeiter*innen und für das Jahr 2022 insgesamt 622 Mitarbeiter*innen an der Umfrage teil. Ein Grund für den Rückgang der Emissionen durch Arbeitswege und Homeoffice der Mitarbeiter*innen liegt in rückläufigen Mitarbeiter*innenzahlen in den beiden Bilanzjahren (siehe dazu auch Kapitel // 04 Soziales). Pandemiebedingt haben unsere Mitarbeiter*innen 2021 weniger Dienstreisen unternommen, deswegen sind im Jahr 2022 unsere CO₂-Emissionen in diesem Bereich gestiegen.

Maßnahmen: Auch in diesem Bereich wollen wir nachhaltiger werden. FUNKE prüft die Einführung sparsamerer Dienstwagen, Online-Meetings statt Dienstreisen und formuliert klare Regelungen für die Arbeit aus dem Homeoffice.

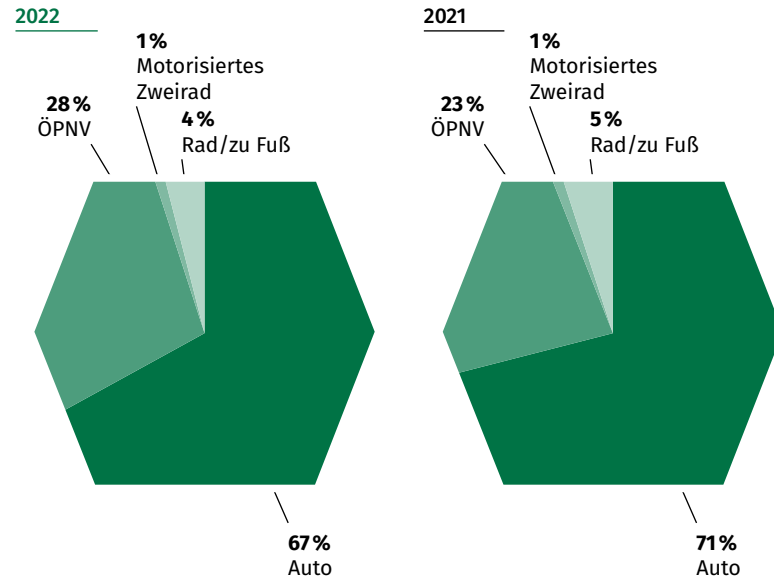
Ergebnisse unserer Mobilitätsumfrage

Mit welchem Verkehrsmittel kommen unsere Mitarbeiter*innen zur Arbeit?

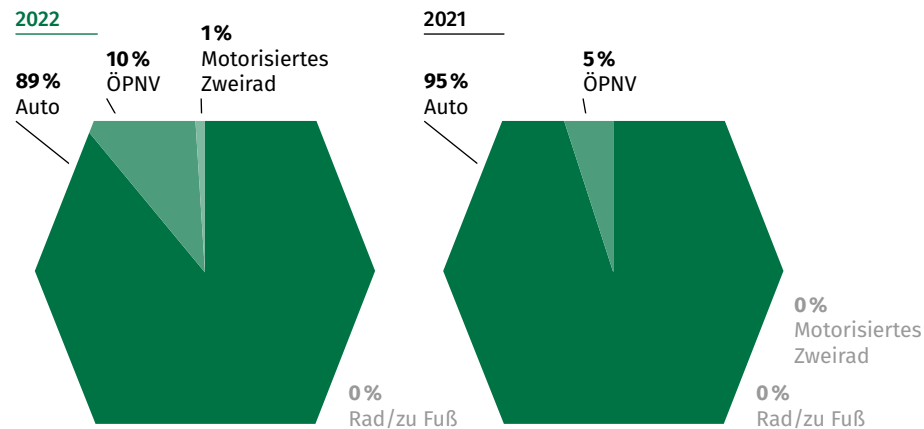


Zurückgelegte Kilometer je Verkehrsmittel

hochgerechnet pro Jahr auf die Gesamtbelegschaft



Entstandene Emissionen je Verkehrsmittel



Ergebnis: Im Jahresvergleich sind die Gesamtemissionen um zehn Prozent gesunken. Im Einzelnen legten die Mitarbeiter*innen vier Prozent weniger Kilometer mit dem PKW zurück. Die Tage im Home-office sanken 2022 im Vergleich zu 2021 um 9 Prozent, die gefahrenen Kilometer insgesamt stiegen um 10 Prozent.

Die FUNKE Mitarbeiter*innen verursachen im Vergleich der Umfrageergebnisse mit dem Bundesdurchschnitt¹ weniger Umweltbelastungen:

- › 2022 fuhren 52 % der FUNKE Mitarbeiter*innen mit dem Auto zur Arbeit – **16% weniger als der Bundesdurchschnitt**
- › 33 % der FUNKE Mitarbeiter*innen fuhren mit dem ÖPNV – **20% mehr als der Durchschnitt**

¹ Quelle der Vergleichsdaten: Statistisches Bundesamt

/3.3 Umgang mit Ressourcen

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
Emissionen

/3.2 Energie & Mobilität

/3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX

Druckerzeugnisse verbrauchen Ressourcen wie Papier, Farben und Wasser. Durch einen hohen Anteil an Recyclingfasern im Papier und Recycling der Druckplatten konnten wir die Umweltbelastung senken. Engpässe durch die aktuellen Krisen erforderten aber Kompromisse zwischen ökologischen Zielen und der Versorgungssicherheit.

Papier

Um eine ressourcenschonende, nachhaltige Forstwirtschaft zu fördern, verwenden unsere Druckzentren ausschließlich Papier, das mit dem EU-Ecolabel zertifiziert ist. Für unsere Magazine, bei denen wir den Einkauf verantworten, verwenden wir zu **98 Prozent PEFC und/oder FSC-zertifizierte Papiere.**

Der Recyclingfaseranteil im Verhältnis zum Frischfaseranteil für Zeitungspapier lag im Jahr 2021 bei 74 Prozent und sank im Jahr 2022 auf 65 Prozent¹. Dieser Rückgang ist mit den Engpässen in der Verfügbarkeit des Rohstoffes Altpapier zu erklären. Im Beschaffungswettbewerb, insbesondere mit der Verpackungsindustrie, welche durch den Recyclingfasereinsatz in der Verpackung mehr und mehr die Kunststoffverpackung ersetzt, war die Verfügbarkeit von Altpapier so kritisch, dass Papiermaschinen aufgrund von Rohstoffmangel temporär ihre Produktion einstellen mussten. Unter diesen Rahmenbedingungen wurde vermehrt auf den Einsatz von Frischfasern, welche aus Durchforstungsholz der Waldpflegemaßnahmen nachhaltiger Forstwirtschaft und Sägewerksabfällen hergestellt werden,

ausgewichen. Beim Papiereinkauf hatten im Ausnahmejahr 2022 die Versorgungssicherheit und Bevorratung in Hinblick auf eine Energiemangellage höchste Priorität. In Anbetracht des knapper werdenden Altpapiers kommen wir zwar mit dem Einsatz von Frischfaser zudem der Verantwortung nach, den Markt mit Nachschub an Altpapier zu versorgen. Jedoch werden wir auch in der Zukunft an unserem Ziel, durch den erhöhten Einsatz von mehr Recyclingfaseranteil den THG-Ausstoß zu reduzieren, festhalten. Der Faseranteil in der Herstellung der Magazinpapiere setzt sich bei den bezogenen Papieren in Summe aus 40,5 Prozent Recyclingfaser und 59,5 Prozent Frischfasern zusammen. Für die Zeitschriften erfassen wir die Daten erst ab 2022 und werden über diese ab jetzt regelmäßig berichten.

Druckfarben

Die Belastungen von Mineralöl durch Druckfarben in Altpapier zu reduzieren, trägt zum Schutz des Klimas, der Ressourcen und der Biodiversität bei. Denn die gesundheitlich bedenklichen Mineralölbestände, insbesondere die Aromaten, machen Altpapier für die Herstellung von direkten Lebensmittelverpackungen ungeeignet.

¹ Basis für die Berechnung des Recyclinganteiles sind die von FUNKE eingekauften Papiere. Nicht berücksichtigt sind die von den Druckereien beigestellten Umschlagpapiere sowie Beihefter und Kleinstakzidenz-Mengen für die Zeitschriftenproduktion.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENS PORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

- /3.1 Treibhausgas-Emissionen
- /3.2 Energie & Mobilität
- /3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Deshalb beschäftigen wir uns schon seit 2019 intensiver mit dem Einsatz **mineralölfreier Farben** in den FUNKE-eigenen Druckereien. 2020 führten wir erste Tests im Druckzentrum Hagen durch – mit Erfolg: Ab diesem Jahr wurde ein Teil unserer Auflage damit gedruckt. Im Jahr 2021 bauten wir im Druckzentrum Hagen die Farbversorgung an einer Sektion um, sodass wir über einen Bypass einen Druckturm mit mineralölfreier Farbe im regulären Praxisbetrieb versorgen und betreiben konnten. Wir testeten zudem die Farben von mittlerweile drei verschiedenen Lieferant*innen und stellten dabei deutliche Qualitätsunterschiede fest. 2022 blieb die eingesetzte Menge an mineralölfreier Farbe in Hagen nahezu konstant, womit wir die Tests abschließen konnten. 2021 und 2022 lag deren Anteil in Hagen bei 10 Prozent.

Zielsetzung: 2023 hat sich FUNKE Druck zum Ziel gesetzt, den Anteil mineralölfreier Farbe auf 30 Prozent zu erhöhen. Potenzial sehen wir auch in der Zusammenarbeit mit den regionalen Entsorgern durch die Verbesserung der Abfalldaten und die Optimierung des Abholrhythmus. Auch die Getrenntsammlerquote der Druckzentren wollen wir verbessern.

Druckplatten

Für unsere Druckplatten nutzen wir ein **Pfandsystem**: FUNKE leiht sich die eingesetzten **Aluminium-Druckplatten** und sammelt diese nach Gebrauch in Containern, um sie den Lieferant*innen zurückzugeben. Diese recyceln dann das Aluminium. Somit wird das Aluminium im Kreislauf geführt.

Wasserverbrauch

Wasser ist eine wertvolle Ressource, die auch beim Druck zum Einsatz kommt. Unser Ziel ist es, den Wasserverbrauch unserer Druckzentren zu reduzieren. Die Voraussetzung dafür ist Transparenz über den aktuellen Verbrauch. Hier arbeiten wir noch an der Qualität der Daten.

Druckzentrum NRW

Wasserverbrauch in Kubikmeter	2022	2021
Wasserversorgung	8.211	6.783
Abwasser	3.143 ¹	4.406

¹ Die Abwassermenge ist 2022 im Vergleich zum Vorjahr gesunken, obwohl mehr Frischwasser im Druck eingesetzt wurde. Der Grund war eine defekte Kälteanlage, die zu einer hohen Wasserverdunstung führte.

Druckzentrum Braunschweig

Wasserverbrauch in Kubikmeter	2022	2021
Wasserversorgung	3.524	3.181
Abwasser	2.291 ¹	2.068 ¹

¹ Es liegen keine Abwasserangaben vor, deshalb haben wir Annahmen über die Abwassermenge getroffen. Bei der Berechnung haben wir uns an der Abwassermenge im Druckzentrum Hagen in 2021 orientiert.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
 Emissionen

/3.2 Energie & Mobilität

/3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Abfall

Die goldene Regel der Abfallwirtschaft – Reduce, Reuse, Recycle – gilt auch für FUNKE. Wir reduzieren stetig unsere Abfallmengen, geben unsere gebrauchte Hardware an einen Wiederaufbereiter (AfB) und wollen darüber hinaus den Einsatz von Recycling ausbauen. Das gilt in unseren Druckzentren ebenso wie im Büroalltag.

Die größte Abfallmenge entsteht bei FUNKE in der Herstellung, heißt: in den beiden Druckzentren Hagen (3.689,79 Tonnen) und Braunschweig (3.256,00 Tonnen). Hier sehen wir also auch den größten Hebel, um in Bezug auf unsere Abfallmengen nachhaltiger zu werden. Um die Erfolge der bereits heute initiierten Maßnahmen zur Reduzierung und Vermeidung von Abfällen an den Druckzentren sowie an allen anderen FUNKE-Standorten messbar zu machen, planen wir, gemeinsam mit unseren Entsorger*innen ein **einheitliches Berichtswesen** aufzusetzen, um eine durchgängig vergleichbare FUNKE-Abfallbilanz zu erstellen.

Druckzentrum NRW Anfallender Abfall nach Zusammensetzung

in metrischen Tonnen (t)

Abfall- schlüssel	Betriebsinterne Bezeichnung	2022	2021	Ver- änderung
AVV 08 03 14*	Druckfarbenschlämme, die gefährliche Stoffe enthalten	0,00 t	2,56 t	-100,00 %
AVV 15 02 02*	Aufsaug- und Filtermaterialien (einschließlich Ölfilter a. n. g.), Wischtücher und Schutzkleidung, die durch gefährliche Stoffe verunreinigt sind	0,00 t	0,74 t	-100,00 %
AVV 15 02 03	Aufsaug- und Filtermaterialien, Wischtücher und Schutzkleidung mit Ausnahme derjenigen, die unter 15 02 02 fallen	0,00 t	1,82 t	-100,00 %
AVV 16 02 13*	gefährliche Bauteile enthaltende gebrauchte Geräte mit Ausnahme derjenigen, die unter 16 02 09 bis 16 02 12 fallen	0,00 t	1,22 t	-100,00 %
AVV 15 01 10*	Verpackungen, die Rückstände gefährlicher Stoffe enthalten oder durch gefährliche Stoffe verunreinigt sind	0,06 t	0,00 t	100,00 %
AVV 15 01 11*	Verpackungen aus Metall, die eine gefährliche feste poröse Matrix (z. B. Asbest) enthalten, einschließlich geleerter Druckbehälter	0,08 t	0,04 t	88,64 %
AVV 20 01 15*	Laugen	0,11 t	0,00 t	100,00 %
AVV 20 01 13*	Lösemittel	0,44 t	0,00 t	100,00 %

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENS PORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
 Emissionen

/3.2 Energie & Mobilität

/3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Abfall- schlüssel	Betriebsinterne Bezeichnung	2022	2021	Ver- änderung
AVV 15 02 03	Aufsaug-/Filtermaterial	2,06 t	0,00 t	100,00 %
AVV 13 02 05*	nicht chlorierte Maschinen-, Getriebe- und Schmieröle auf Mineralölbasis	2,60 t	9,50 t	-72,63 %
AVV 17 04 07	gemischte Metalle	3,53 t	12,73 t	-72,27 %
AVV 15 01 02	Verpackung aus Kunststoff	3,82 t	9,34 t	-59,10 %
AVV 02 02 04	Schlämme aus der betriebs- eigenen Abwasserbehandlung	6,00 t	12,00 t	-50,00 %
AVV 11 01 11*	wässrige Spülflüssigkeiten, die gefährliche Stoffe enthalten	15,98 t	36,22 t	-55,88 %
AVV 15 01 03	Verpackungen aus Holz	25,13 t	39,11 t	-35,75 %
AVV 14 06 03*	andere Lösemittel und Lösemittelgemische	37,50 t	46,93 t	-20,09 %
AVV 08 03 08	wässrige flüssige Abfälle, die Druckfarben enthalten	52,46 t	46,66 t	12,43 %
AVV 20 03 01	gemischte Siedlungsabfälle	91,68 t	106,17 t	-13,65 %
AVV 20 01 01	Papier und Pappe	3.448,33 t	3.954,09 t	-12,79 %
Gesamtergebnis		3.689,79 t	4.279,13 t	-13,77%
Ungefährlicher Abfall		3.633,01 t	4.184,48 t	-13,18%
Gefährlicher Abfall*		56,78 t	94,65 t	-40,01%

* „Gefährliche Abfälle“ nach Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG).

Im Druckzentrum NRW in Hagen haben wir 2022 im Vergleich zu 2021 insgesamt 589,34 metrische Tonnen Abfall vermieden. Davon waren 37,87 metrische Tonnen gefährliche Abfälle.

Um Plastikmüll einzusparen, verzichten wir im Druckzentrum NRW (Hagen) auf die Folierung als Umverpackung der Zeitungs- und Anzeigenblätterpakete. Die Pakete werden stattdessen kreuzbandverschürzt und teilweise mit einem Unterbogen aus Papier vor Schmutz geschützt. Lediglich bei den Paletten der Anzeigenblätter kommen weiterhin Kunststofffolien zum Einsatz, um die Ladungssicherheit auf den Lkw zu gewährleisten.

Druckzentrum Braunschweig
Anfallender Abfall nach Zusammensetzung

in metrischen Tonnen (t)

Abfall- schlüssel	Betriebsinterne Bezeichnung	2022	2021	Ver- änderung
AVV 12 01 01	Eisenfeil- und -drehspäne	0,00 t	0,15 t	-100,00 %
AVV 16 02 14	gebrauchte Geräte mit Ausnahme derjenigen, die unter 16 02 09 bis 16 02 13 fallen	0,07 t	0,19 t	-65,61 %
AVV 08 03 14*	Druckfarbenschlämme, die gefährliche Stoffe enthalten	0,50 t	0,21 t	133,33 %
AVV 17 04 05	Eisen und Stahl	1,77 t	0,00 t	100,00 %
AVV 19 01 19	feste Abfälle aus der Erst- filtration und Siebrückstände	3,45 t	0,00 t	100,00 %
AVV 15 02 02*	Aufsaug- und Filtermaterialien (einschließlich Ölfilter a. n. g.), Wischtücher und Schutz- kleidung, die durch gefährliche Stoffe verunreinigt sind	4,19 t	3,76 t	11,47 %
AVV 15 01 06	gem. Verpackungen	5,75 t	16,95 t	-66,08 %

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

/3.1 Treibhausgas-
 Emissionen

/3.2 Energie & Mobilität

/3.3 Umgang mit Ressourcen

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

Abfall- schlüssel	Betriebsinterne Bezeichnung	2022	2021	Ver- änderung
AVV 14 06 03*	andere Lösemittel und Lösemittelgemische	6,95 t	5,35 t	29,78 %
AVV 09 01 02*	Offsetdruckplatten-Entwickler- lösungen auf Wasserbasis	8,25 t	12,08 t	-31,69 %
AVV 17 02 01	Holz	24,08 t	11,01 t	118,71 %
AVV 15 01 02	Verpackung aus Kunststoff	27,10 t	23,69 t	14,39 %
AVV 20 03 01	gemischte Siedlungsabfälle	36,38 t	26,32 t	38,22 %
AVV 15 01 01	Verpackungen aus Papier und Pappe	3.137,52 t	1.766,80 t	77,58 %
Gesamtergebnis		3.256,00 t	1.866,51 t	74,44 %
Ungefährlicher Abfall		3.236,11 t	1.845,11 t	75,39 %
Gefährlicher Abfall		19,88 t	21,40 t	-7,09 %

* „Gefährliche Abfälle“ nach Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG).

In Braunschweig haben wir 2022 im Vergleich zu 2021 einen Anstieg von 1.389,48 Tonnen zu verzeichnen. Aufgrund der Schließung des Druckzentrums Erfurt Ende 2021 wurde ein Teil der Produktion nach Braunschweig verlagert, ein anderer an Fremddruckereien in Halle und Chemnitz. Dennoch konnte ein Rückgang der gefährlichen Abfälle verzeichnet werden. Hier sind 1,52 Tonnen weniger gefährliche Abfälle aufgetreten.

Abfallvermeidung und Recycling in den FUNKE-Büros

Vier Beispiele zeigen, dass wir auch mit vielen klein wirkenden Maßnahmen die Summe unseres gesamten Abfallaufkommens stetig reduzieren:

1. Refurbishment statt Entsorgung – FUNKE spendet ausgediente IT-Arbeitsplatzgeräte an das gemeinnützige IT-Unternehmen AfB aus Ettlingen. Ein Großteil der Geräte kann durch AfB aufbereitet und wieder veräußert werden.
2. Unsere Azubis haben zusammen mit dem NABU die alten Smartphones unserer Mitarbeiter*innen gesammelt. Die Aufbereitung übernahm im Auftrag des NABU ebenfalls AfB. Für die gesammelten Geräte leistete die Telefonica GmbH eine Spende an einen Insektenschutzfonds.
3. 2022 führt FUNKE am Standort Essen Mehrweggeschirr in der Kantine ein und verzichtet auf Kondensmilchdosen aus Einwegplastik. Kaffee mit Milch bieten die neuen Kaffeeautomaten direkt an.
4. Im Februar 2023 führt Gastrobetreiber BONVITA in Kooperation mit der FUNKE Real Estate auch am Standort Erfurt ein Pfandsystem für Mehrweggeschirr ein. Mit dessen Einführung wird die Ausgabe von Einweggeschirr komplett eingestellt.

// 04 SOZIALES

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

- /4.1 Personalstruktur
- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX



/4.1 Personalstruktur

- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

/4.1 Personalstruktur

An unseren FUNKE-Standorten in Bayern, Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen sind derzeit insgesamt fast 18.000 Menschen beschäftigt. Dazu gehören rund 12.000 Zusteller*innen sowie rund 200 Auszubildende, Werkstudent*innen und Praktikant*innen.

Bei FUNKE arbeiteten zum Stichtag 31.12.2022 insgesamt **17.620 Personen**, davon waren 4.953 Angestellte. Unter den Angestellten waren 2.388 männlich und 2.565 weiblich, die Kategorie „divers“ wurde in unserer Personalerhebung bislang nicht erfasst. Unsere Angestellten sind in Voll- oder Teilzeit an unseren Standorten in Bayern, Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen beschäftigt. Zu den nicht fest Angestellten gehören unsere Auszubildenden, Werkstudent*innen, Aushilfen, Praktikant*innen, freie Mitarbeiter*innen, Leiharbeitnehmende, Zusteller*innen und Aushilfen.

Im Vergleich zu 2021 hatte FUNKE im Jahr 2022 1.693 Mitarbeiter*innen weniger. Der Rückgang ist vor allem auf die Schließung unseres Druckzentrums in Thüringen zurückzuführen. Die ehemals dort Angestellten wurden durch FUNKE mit Sozialplänen unterstützt. Zugleich hat FUNKE in Erfurt **ein digitales Entwicklungszentrum** aufgebaut. Das erweiterte Team dort kümmert sich um sämtliche rein werbefinanzierten Digital-Angebote des Konzerns, wie etwa die Reichweitenportale DerWesten.de in NRW, moin.de in Hamburg und Thueringen24.de.

Gesamtzahl der Mitarbeiter*innen

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Mitarbeiter*innen	2022	2021	Veränderung 2021 zu 2022
Angestellte	4.953	5.323	-7,0 %
Auszubildende	78	80	-2,5 %
Aushilfen	147	187	-21,4 %
Praktikant*innen	29	21	+38,1 %
Werkstudent*innen	116	90	+28,9 %
Zusteller*innen	12.297	13.612	-9,7 %
Gesamt	17.620	19.313	-8,8 %

Als Angestellte werden hier alle Mitarbeiter*innen definiert, die nicht den anderen Gruppen von Mitarbeiter*innen zugeordnet sind. Unter den Angestellten sind auch Geschäftsführende und leitende Angestellte enthalten sowie auch gewerbliche Mitarbeiter*innen mit Stundenlohn. In den Zahlen unberücksichtigt bleibt der Aktivitätsstatus, d. h. dauerkranke, freigestellte oder sonstige inaktive Mitarbeiter*innen werden hier mitgezählt. Informationen zu Leiharbeitnehmer*innen oder freien Mitarbeiter*innen liegen zentral nicht vor.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

/ 4.1 Personalstruktur

- / 4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- / 4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- / 4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- / 4.5 Aus- und Weiterbildung
- / 4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

Die Altersstruktur der Angestellten ist durchmisch. Von 2021 auf 2022 sank das Durchschnittsalter leicht von 46,6 auf 46,1 Jahre. Dies hängt unter anderem mit der Stärkung des Digitalbereiches zusammen, der eine jüngere Altersstruktur aufweist.

Die gemeldeten Zahlen entstammen dem führenden Personalsystem von FUNKE. Es gilt zu beachten, dass die zum Stichtag 31.12.2022 zugrunde liegende Datenlage teilweise im Vorhinein erstellt wurde. Dadurch kann es zu tatsächlichen Abweichungen kommen, da viele Daten noch nachgepflegt werden können. Auch inaktive Mitarbeiter*innen (Aussteuerung, Freistellungen, Elternzeiten, Mutterschutz etc.) sind enthalten, sofern weiterhin ein Arbeitsverhältnis besteht.

Mitarbeiter*innen nach Alter und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Alter	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
unter 31 Jahre	301	282	562	537	863	819
31-40 Jahre	479	515	691	696	1.170	1.211
41-50 Jahre	528	597	530	548	1.058	1.145
51-60 Jahre	898	1.015	777	895	1.675	1.910
61+ Jahre	332	359	226	257	558	616
Gesamt	2.538	2.768	2.786	2.933	5.324	5.701

Die Zahlen entstammen dem führenden Personalsystem von FUNKE. Die Zuordnung zur Altersgruppe im Angestellten-Bereich erfolgt nach dem jeweiligen Alter zum 31.12.2022 und zum 31.12.2021. Aufgeführt sind Angestellte, Werkstudent*innen, Praktikant*innen, Auszubildende und Aushilfen. Nicht einbezogen: Zusteller*innen.

Im Bereich der **Zusteller*innen** ist die Zahl der Mitarbeiter*innen zwischen 2021 und 2022 gesunken. Der Rückgang ist dadurch zu erklären, dass FUNKE im Januar 2022 eine Tochterzustellgesellschaft veräußert hat, in der zuletzt 1.300 Menschen beschäftigt waren.

Mitarbeiter*innen nach Region und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Region	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Bayern	127	119	275	278	402	397
Berlin	255	257	335	327	590	584
Hamburg	294	299	351	375	645	674
Niedersachsen	242	241	208	215	450	456
Nordrhein-Westfalen	1.150	1.219	958	990	2.108	2.209
Thüringen	320	480	438	523	758	1.003
Gesamt	2.388	2.615	2.565	2.708	4.953	5.323

Als Mitarbeiter*innen werden hier alle durch das zentrale HR abgerechneten Personen verstanden, unabhängig vom Aktivitätsstatus (inkl. Freistellungen, Dauerkranken etc.). Diese werden im Folgenden auch als „Angestellte“ bezeichnet. **Nicht einbezogen:** Zusteller*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Aushilfen, Werkstudent*innen und externe Kräfte (Leiharbeitnehmer*innen und freie Mitarbeiter*innen).

/4.1 Personalstruktur

- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

Gesamtzahl der Angestellten nach Typen

Die Gesamtzahl der Angestellten gliedert sich nach verschiedenen Typen wie folgt:

- › Festangestellte
- › Mitarbeiter*innen mit Stundenlohn
- › Vollzeitbeschäftigte
- › Teilzeitbeschäftigte

Das **Geschlechterverhältnis** ist im Allgemeinen stabil und paritätisch. Da der gewerbliche Bereich einen höheren Männeranteil aufweist, ist der Rückgang in absoluten Zahlen bei den Männern aufgrund der Druckhaus-Schließung in Thüringen etwas höher. Betroffen von der Schließung waren vor allem Mitarbeiter*innen mit Stundenlohn.



Festangestellte nach Region und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Region	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Bayern	127	119	275	278	402	397
Berlin	255	256	333	324	588	580
Hamburg	292	298	351	374	643	672
Niedersachsen	212	212	205	211	417	423
Nordrhein-Westfalen	994	1.038	941	969	1.935	2.007
Thüringen	318	338	433	450	751	788
Gesamt	2.198	2.261	2.538	2.606	4.736	4.867

Die Zuordnung zur Region erfolgt nach dem Hauptstandort des jeweiligen Arbeitsortes der Angestellten zum Stichtag 31.12. In Einzelfällen entspricht dies nicht einer geografisch korrekten Zuordnung (z. B. Potsdam wurde zu Berlin gezählt). Als Festangestellte werden hier alle Personen verstanden, die eine feste Stundenzahl vertraglich vereinbart haben. Dazu zählen keine Stundenlöhner*innen oder per Stundenlohn abgerechnete Personengruppen. **Nicht einbezogen:** Auszubildende, Zusteller*innen, Werkstudent*innen, Praktikant*innen und Aushilfen.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

/4.1 Personalstruktur

- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

Mitarbeiter*innen mit Stundenlohn nach Region und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Region	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Bayern	0	0	0	0	0	0
Berlin	0	1	2	3	2	4
Hamburg	2	1	0	1	2	2
Niedersachsen	30	29	3	4	33	33
Nordrhein-Westfalen	156	181	17	21	173	202
Thüringen	2	142	5	73	7	215
Gesamt	190	354	27	102	217	456

Als Mitarbeiter*innen mit Stundenlohn werden hier alle Mitarbeiter*innen verstanden, die stundenweise abgerechnet werden. **Nicht einbezogen:** Zusteller*innen, Auszubildende, Werkstudent*innen, Praktikant*innen und Aushilfen.

Vollzeitbeschäftigte nach Region und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Region	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Bayern	116	110	190	206	306	316
Berlin	213	212	227	219	440	431
Hamburg	269	269	230	247	499	516
Niedersachsen	170	163	119	120	289	283
Nordrhein-Westfalen	1.043	1.112	623	640	1.666	1.752
Thüringen	295	448	332	413	627	861
Gesamt	2.106	2.314	1.721	1.845	3.827	4.159

Als Vollzeitbeschäftigte werden hier alle Personen verstanden, die einen Beschäftigungsgrad von 100 % haben. Dieser muss jedoch nicht überall derselben Wochenstundenzahl entsprechen, da dieser durch geltende Tarif- oder Betriebsvereinbarungen variieren kann. **Nicht einbezogen:** Zusteller*innen, Auszubildende, Werkstudent*innen, Praktikant*innen und Aushilfen.

Teilzeitbeschäftigte nach Region und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Region	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Bayern	11	9	85	72	96	81
Berlin	42	45	108	108	150	153
Hamburg	25	30	121	128	146	158
Niedersachsen	72	78	89	95	161	173
Nordrhein-Westfalen	107	107	335	350	442	457
Thüringen	25	32	106	110	131	142
Gesamt	282	301	844	863	1.126	1.164

Als Teilzeitbeschäftigte werden hier alle Personen verstanden, die einen Beschäftigungsgrad von unter 100 % haben. **Nicht einbezogen:** Zusteller*innen, Auszubildende, Werkstudent*innen, Praktikant*innen und Aushilfen.

/ 4.1 Personalstruktur

- / 4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- / 4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- / 4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- / 4.5 Aus- und Weiterbildung
- / 4.6 Gesellschaftliches Engagement

Methoden, die zur Zusammenstellung der Daten verwendet wurden

Die Errechnung der Vollzeitäquivalent-Werte erfolgt hier anhand des Beschäftigungsgrades. Dieser beträgt maximal 100 Prozent und entspricht dann zumeist 40 Stunden, kann aber auch betriebs- oder tarifbedingt abweichen. Der Beschäftigungsgrad gibt somit den individuell möglichen Arbeitszeitanteil gegenüber einer Vollbeschäftigung an, gemäß des zugrunde liegenden Arbeits- oder Tarifvertrages. Nicht berücksichtigt ist hier die Beeinflussung des Wertes durch Inaktivitäten (Elternzeiten, Langzeiterkrankungen etc.). Es wird hier grundsätzlich der Vertragszustand bei Aktivität angenommen.

Vollzeitäquivalent (VZÄ) nach Region und Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

Region	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Bayern	124,7	117,1	248,8	256,2	373,5	373,4
Berlin	245,0	245,6	307,3	299,3	552,4	544,9
Hamburg	287,3	289,9	314,8	336,8	602,2	626,7
Niedersachsen	233,5	232,6	182,2	187,5	415,6	420,1
Nordrhein-Westfalen	1.121,1	1.191,4	840,6	865,0	1.961,7	2.056,4
Thüringen	316,2	474,3	417,4	502,4	733,7	976,7
Gesamt	2.327,8	2.550,9	2.311,1	2.447,3	4.639,0	4.998,2

Nicht einbezogen: Zusteller*innen, Auszubildende, Werkstudent*innen, Praktikant*innen und Aushilfen.

Erhebliche Schwankungen in der Zahl der Angestellten

Schwankungen im Berichtszeitraum ergeben sich im Bereich der Angestellten v. a. aufgrund der **Schließung von zwei Thüringer Gesellschaften (FUNKE Thüringen Druckzentrum GmbH und FUNKE Thüringen Druckservice GmbH)** zum 1.1.2022. Davon betroffen waren etwa 200 Mitarbeiter*innen, ein Großteil davon Stundenlöhner*innen aus dem gewerblichen Bereich. Zudem wurden in Nordrhein-Westfalen mit der Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG und der Vertriebs- und Werbegesellschaft mbH & Co. KG zwei Gesellschaften veräußert. Der Großteil der dort beschäftigten Mitarbeiter*innen sind Zusteller*innen. Allerdings waren dort zuletzt auch etwa 80 Personen beschäftigt, welche hier als „Angestellte“ gezählt wurden. Dieser Abbau ist hier somit ebenfalls enthalten.

/4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Beruf und Familie im Alltag zu vereinbaren, ist nicht immer einfach. Die Herausforderungen variieren individuell. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter*innen mit flexiblen Arbeitszeitmodellen und unterschiedlichen Betreuungsangeboten.

Damit unsere Mitarbeiter*innen Beruf und Familie in Einklang bringen können, geben wir ihnen bestmögliche Unterstützung. Mit der **AWO-Kita** in unserer Unternehmenszentrale am Standort Essen setzen wir uns aktiv für Betreuungsmöglichkeiten von Kindern unserer Mitarbeiter*innen ein. FUNKE bietet zudem an vielen Arbeitsplätzen die Option mobilen oder hybriden Arbeitens sowie bei Betreuungseingpässen **Eltern-Kind-Büros** am Hauptstandort Essen. Daneben hilft unser Partner awo lifebalance bei der Suche nach privaten Betreuungspersonen, Ferienbetreuungsangeboten oder vermittelt eine Kurzzeitbetreuung in Notfällen.

In den Jahren 2021 und 2022 befanden sich 430 der Mitarbeiter*innen mindestens einen Monat in **Elternzeit**. Die Mehrzahl der Eltern kehrte anschließend an ihren Arbeitsplatz bei FUNKE zurück. Daraus schließen wir, dass wir im Bereich Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf dem richtigen Weg sind.

Mitarbeiter*innen, die Elternzeit in Anspruch genommen haben, nach Region und Geschlecht

Zeitraum: Januar 2021 bis Dezember 2022

Region	männlich	weiblich	Gesamt
Bayern	3	41	44
Berlin	28	31	59
Hamburg	14	36	50
Niedersachsen	15	31	46
Nordrhein-Westfalen	38	105	143
Thüringen	21	67	88
Gesamt	119	311	430

Die Auswertung erfolgte jeweils zum letzten Tag des jeweiligen Jahres. Aufgeführt wurden dementsprechend nur Mitarbeiter*innen, die sich zu diesem Stichtag in Elternzeit befanden.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

/4.1 Personalstruktur

/4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf

/4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit

/4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz

/4.5 Aus- und Weiterbildung

/4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

- / 4.1 Personalstruktur
- / 4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf**
- / 4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- / 4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- / 4.5 Aus- und Weiterbildung
- / 4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

Mitarbeiter*innen, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind, nach Geschlecht

Stichtag: 31.12.2022

Status	männlich	weiblich	Gesamt
in Anspruch genommen	119	311	430
weiterhin in Elternzeit	7	133	140
anschließend zurückgekehrt	109	155	264
anschließend ausgetreten	3	23	26

Mitarbeiter*innen, die nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind und zwölf Monate nach ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren, nach Geschlecht

Stichtag: 31.12.2022

Status	männlich	weiblich	Gesamt
mit Elternzeitende vor 31.12.2021	72	91	163
aktiv am 31.12.2022	58	64	122
ausgetreten bis 31.12.2022	14	27	41

Rückkehrrate an den Arbeitsplatz und Verbleibrate der Mitarbeiter*innen, die Elternzeit in Anspruch genommen haben, nach Geschlecht

Stichtag: 31.12.2022

Status	männlich	weiblich	Gesamt
weiterhin in Elternzeit	5,9%	42,8%	32,6%
inzwischen zurückgekehrt	91,6%	49,8%	61,4%
anschließend ausgetreten	2,5%	7,4%	6,0%



/4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit

Wir wollen, dass es unseren Mitarbeiter*innen gut geht – körperlich wie seelisch. Dafür fördern wir sportliche Betätigung und helfen mit psychosozialen Beratungsangeboten in belastenden Lebenssituationen.

Auch in Fragen rund um die Pflege unterstützungsbedürftiger Angehöriger sowie in Überlastungs- und Überforderungssituationen können unsere Mitarbeiter*innen die Beratungsangebote der **awo lifebalance** in Anspruch nehmen. Der psychosoziale Dienst gibt Hilfestellung in belastenden Lebenslagen und berät bei Themen wie Burn-out, Verschuldung oder Suchtproblematiken. Die Angebote sind für alle FUNKE-Mitarbeiter*innen kostenfrei.

Als Teil einer gesunden Work-Life-Balance fördern wir auch den Sportsgeist unserer Belegschaft. Rund 300 Mitarbeiter*innen leasen dieses für ihren Weg zur Arbeit. In unserer **App „Digitaler Gesundheitscoach“** erhalten Mitarbeiter*innen darüber hinaus wertvolle Tipps für ein gesünderes Alltagsleben – mehr als 100 Personen

haben sich bereits registriert. Einmal jährlich veranstalten wir eine Gesundheitswoche, bei der **Impulsvorträge und Workshops** angeboten werden, die sich um die Themenfelder Bewegung, bewusstes Einkaufen, Achtsamkeit und Resilienz drehen. In Kooperation mit der Marketingmanagerin und Yogalehrerin Kirsten Schneider bieten wir unseren Mitarbeiter*innen außerdem das E-Learning-Programm **„Anti-Stress-Masterclass“** an, das aus drei Online-Modulen besteht. Um unseren Mitarbeiter*innen in sitzenden Tätigkeiten rücken-schonendes Arbeiten zu ermöglichen, machen wir ihnen daneben regelmäßig Schulungsangebote zum Thema Ergonomie. Als weiteres Hilfsmittel bieten wir höhenverstellbare Schreibtische an, die einen dynamischen Wechsel der Körperhaltung bei der Arbeit unterstützen. Bildschirm-Arbeitsplatzbrillen können zudem die Schonung der Augen unterstützen.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

/4.1 Personalstruktur
/4.2 Vereinbarkeit
von Familie und Beruf
**/4.3 Gesundheitsförderung
und Arbeitssicherheit**
/4.4 Vielfalt
am Arbeitsplatz
/4.5 Aus- und Weiterbildung
/4.6 Gesellschaftliches
Engagement

GRI-INDEX

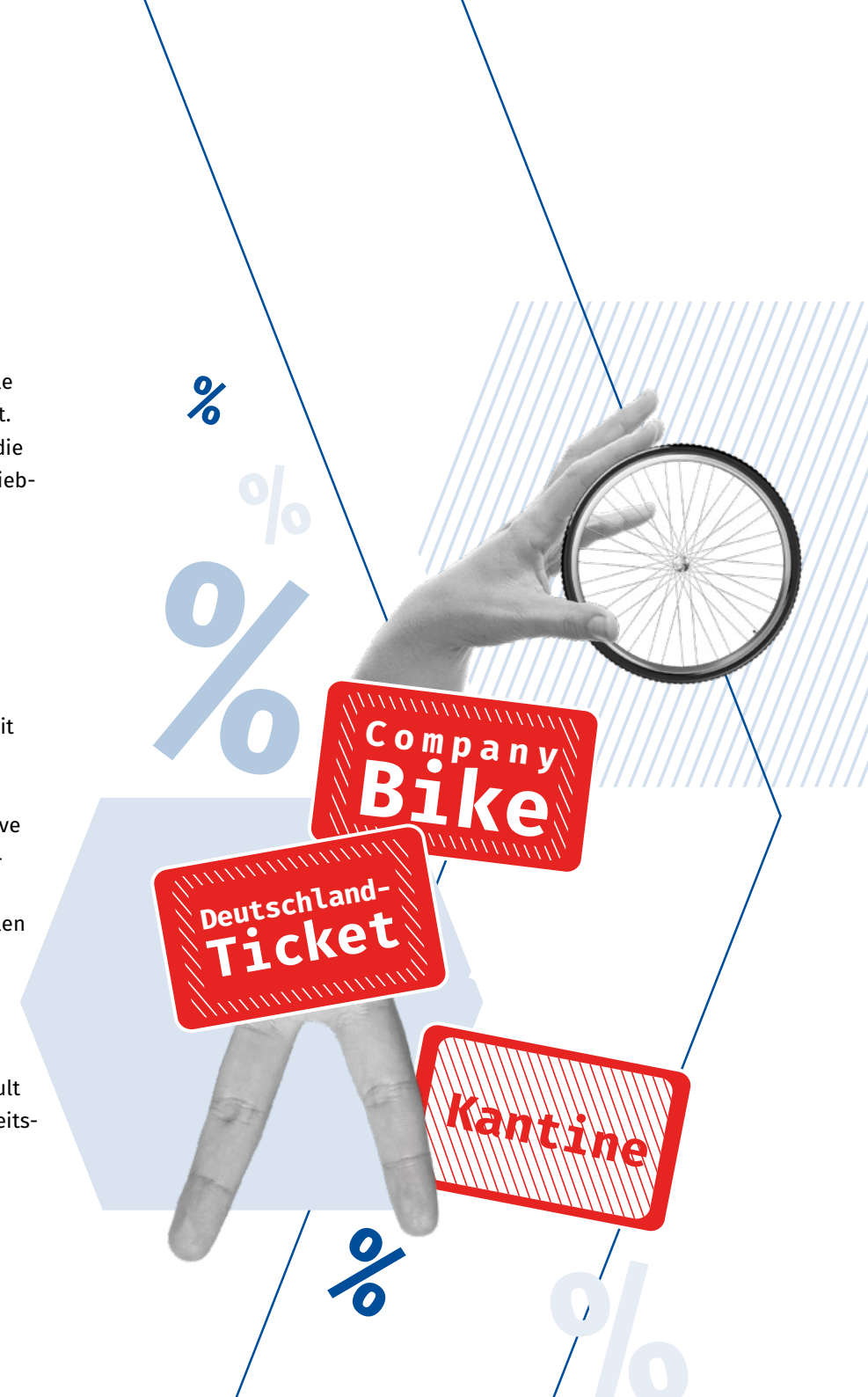
Betriebliche Leistungen

Zusätzlich erhalten unsere Mitarbeiter*innen noch weitere Vorteile wie einen Zuschuss zum **Deutschlandticket** für den Weg zur Arbeit. Vermögenswirksame Leistungen sowie ein Kantinenzuschuss für die Verpflegung während der Arbeitszeit gehören ebenso zu den betrieblichen Leistungen wie vergünstigte Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements oder das Fahrradleasing über Company Bike.

Arbeitssicherheit in unseren Druckzentren

Damit unsere Beschäftigten auf Gefahrensituationen bei der Arbeit vorbereitet sind, schulen wir sie dafür in zwei jährlichen Arbeitssicherheitsunterweisungen. Das Thema Brandschutz nehmen wir dabei sehr ernst: So bieten wir **Schulungen** zu dem Thema inklusive praktischer Übungen an, eine Brandschutzverordnung und Brandschutzbeauftragte, die regelmäßig Arbeits- und Geschäftsbereiche begehen und in Audits mit unserer Feuerversicherung den aktuellen Brandschutz überprüfen.

Geschulte **Ersthelfende** suchen wir regelmäßig per Aushang. Sie werden extern für ihre Rolle ausgebildet. Zudem haben wir in allen Abteilungen **Sicherheitsbeauftragte**, die nach Bedarf geschult werden und viermal jährlich zu den Sitzungen des Arbeitssicherheitsausschusses eingeladen werden.



VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

- /4.1 Personalstruktur
- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit**
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

In jedem unserer Fachbereiche nehmen wir gemeinsam mit unserem Unfallversicherer regelmäßig Gefährdungsbeurteilungen und Gefährdungsanalysen vor. Dabei geht es um die Prävention von Gefahrensituationen sowie auch die Analyse von Unfällen, um diese in Zukunft zu vermeiden. Jährlich werden diese Beurteilungen und Analysen auf ihre Aktualität geprüft. Darüber hinaus regeln wir den Arbeitsschutz und die Arbeitssicherheit in der Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen über eine Fremdfirmenordnung. So stellen wir sicher, dass die Gesundheit unsere eigenen Mitarbeiter*innen sowie die Gesundheit der Mitarbeiter*innen unserer Kooperationspartner*innen durch Maßnahmen des Arbeitsschutzes geschützt wird.

Mitarbeiter*innen in unseren Druckzentren **erhalten passende Arbeitskleidung** sowie Sicherheitsschuhe und Hebehilfen bei körperlich anstrengenden Tätigkeiten. Über unseren **betriebsärztlichen Dienst** können Beschäftigte regelmäßige Hörtests vornehmen lassen, um gegebenenfalls den Gehörschutz ihrer persönlichen Schutzausrüstung anpassen zu lassen. Auch Sehtests werden nach Bedarf angeboten. Zum Schutz während der Risikosaison verabreicht der betriebsärztliche Dienst auf Wunsch zudem Schutzimpfungen gegen Influenza und COVID-19.

Arbeitssicherheit bei den Zusteller*innen

Auch in unseren Zustellzentren nehmen wir **regelmäßig Gefährdungsbeurteilungen und -analysen** vor. Daneben erhalten unsere Zusteller*innen Sicherheitshinweise zu Themen wie verkehrssicheres Fahren, richtige Kleidung im Straßenverkehr, Gefährdungen durch Tiere oder physische Gewalt durch Menschen sowie rückschonendes Heben und Tragen von Lasten. Für die Winterzeit gibt es zusätzliche Hinweise zum besseren Gesehenwerden bei Dunkelheit sowie zum Umgang mit glatten Fahrbahnuntergründen und Gehwegen.

Arbeitsmittel wie Warnwesten, Kopflampen oder Tragehilfen können Zusteller*innen über ihre jeweilige Gebietsleitung bestellen. Wenn Zusteller*innen bei der Ausübung ihrer Arbeit Mängel oder gefährliche Situationen feststellen, haben sie die Möglichkeit, sich an die zuständigen Sicherheitsbeauftragten zu wenden. Letztere unterstützen auch im Fall eines Arbeits- oder Wegeunfalls mit einer Ausfallzeit von mehr als drei Tagen die Vorgesetzten bei der Erstellung einer Unfallanzeige für die Berufsgenossenschaft.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

- /4.1 Personalstruktur
- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit**
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

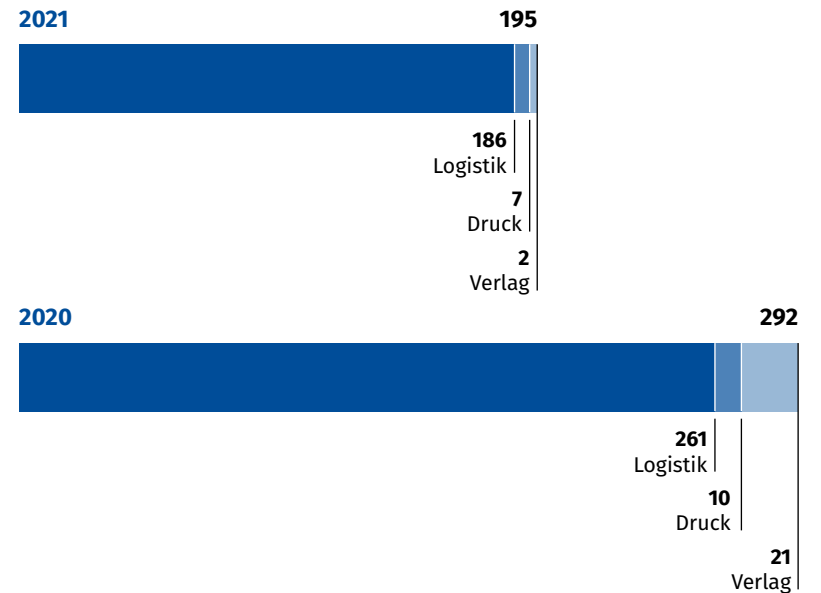
GRI-INDEX

Arbeitsbedingte Verletzungen

Trotz aller Sicherheitsvorkehrungen kommt es manchmal zu Unfällen und Verletzungen am Arbeitsplatz. Diese werden bei uns an allen Standorten erfasst und bei Ausfallzeiten von mehr als drei Tagen an die jeweilige Unfallversicherung gemeldet. Unfälle werden im Arbeitssicherheitsausschuss (ASA) mit allen Beteiligten besprochen. Unsere größte Risikogruppe für Unfälle sind die Zusteller*innen. Im Bereich der Logistik kommt es, vor allem aufgrund von witterungsbedingten Faktoren, zu den meisten arbeitsbedingten Verletzungen. Zahlen zu berufsbedingten Krankheiten liegen bei FUNKE nicht vor.

Arbeitsbedingte Verletzungen für alle Gesellschaften zusammen

Stand: 7.12.2022



/4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz

Unsere Produkte leben von den unterschiedlichen Perspektiven der Menschen, die sie herstellen. Darum fördern wir bei FUNKE noch mehr als bisher die Zusammenarbeit mit Menschen verschiedener Herkunft, Identitäten und Weltanschauungen.

Vielfalt in der Belegschaft halten wir bei FUNKE für eine Bereicherung – sowohl persönlich als auch für den professionellen Austausch. Deshalb sind bei uns Menschen verschiedener Herkunft und unterschiedlichen Alters beschäftigt. Das sind genauer gesagt: 50 Nationalitäten in der FUNKE Mediengruppe und 88 bei den Zusteller*innen. Mit der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ 2022 bekennen wir uns explizit zu den Inhalten der Charta. Wir setzen uns für eine vielfältige Zusammensetzung unserer Belegschaft ein, indem wir die Talente und Fähigkeiten jeder einzelnen Mitarbeiterin und jedes einzelnen Mitarbeiters fördern und nutzen. Außerdem haben wir uns folgende Ziele gesetzt:

- › Bis 31.12.2023 wollen wir Diversity & Inklusionskriterien (D&I) in das FUNKE Talentmanagement integriert haben
- › Bis 31.12.2023 soll das Wording unserer Stellenausschreibungen dahin gehend überprüft werden, dass Vielfalt in der Kandidat*innenansprache möglich bzw. intensiviert werden kann.
- › Bis 31.12.2024 sollen Schulungen von Top Management und 1st Line Leadership etabliert sein, um den Unconscious Bias (unbewusste Vorurteile) zu reduzieren.

Der Frauen- und Männeranteil im gesamten Unternehmen beträgt nahezu 50:50. Allerdings haben wir noch immer zu wenige Frauen und Menschen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen unserer Tageszeitungen und Plattformen, vor allem in den Führungspositionen. So stellt sich das Geschlechterverhältnis in den Redaktionen wie folgt dar:

Chefredakteur*innen nach Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Chefredakteur*innen	41	39	35	29	76	68

Die Ermittlung erfolgte anhand der unternehmensinternen Stellenbezeichnung. Dazu wurden auch Stellv. Chefredakteur*innen gezählt. Nicht eingerechnet wurden Ressort- oder Redaktionsleitungen.

Die **Chefredaktionen** unserer Regionalmedien und Zeitschriften waren 2021 zu 57,4 Prozent von Männern und zu 42,6 Prozent von Frauen besetzt, im Jahr 2022 stieg der Anteil der Frauen auf Chefredakteursposten bei FUNKE noch einmal um rund 20 Prozent. Mit einem Verhältnis von 53,9 Prozent männlichen und 46,1 Prozent weiblichen Chefredakteur*innen haben wir uns 2022 weiter einem paritätischen Verhältnis angenähert.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

/4.1 Personalstruktur
 /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
 /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
 /4.4 **Vielfalt am Arbeitsplatz**
 /4.5 Aus- und Weiterbildung
 /4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

- / 4.1 Personalstruktur
- / 4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- / 4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- / 4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz**
- / 4.5 Aus- und Weiterbildung
- / 4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

Unter allen Angestellten mit Führungsverantwortung ist das Verhältnis von Männern und Frauen zwischen 2021 und 2022 mit rund 40 zu 60 Prozent stabil geblieben. In Deutschland liegt die Frauenquote bei 30 Prozent. Damit liegt FUNKE deutlich **über dem deutschen Durchschnitt und auch über dem europäischen Wert von 34,7 Prozent Frauen in Führungspositionen.**

Führungskräfte nach Geschlecht

Stichtag jeweils: 31. Dezember

	männlich		weiblich		Gesamt	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Angestellte mit Führungsverantwortung	616	639	393	414	1.009	1.053

Die Auswertung der Führungsverantwortung erfolgt anhand der Titelbezeichnung und führt alle Personen auf, die mindestens eine Person fachlich oder disziplinarisch verantworten.

Der Anteil von Frauen auf der Führungsebene unterhalb der Konzerngeschäftsführung betrug zum Stichtag 19.8.2022 nur 20 Prozent. Dieser noch recht niedrige Wert soll sich in den kommenden Jahren erhöhen, denn ein ausgeglichenes Gender-Verhältnis ist für unsere Gesellschafter*innen ein Herzensanliegen.

Hierzu soll auch die Initiative „Female FUNKE Force“ beitragen, die im Februar 2022 mit einem Kick-off-Event in Berlin gestartet ist. Am Kick-off-Event nahmen bereits 50 Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Bereichen teil: Journalist*innen aller FUNKE-Medien – aus verschiedenen Lokalredaktionen, aus den Online-Teams und Print-Redaktionen unserer Zeitschriften, außerdem Vermarkter*innen und Mitarbeiter*innen aus dem kaufmännischen Bereich. Das Netzwerk soll künftig zum Ideenaustausch und zur Entwicklung konkreter Ideen beitragen und die Gleichberechtigungsthemen, etwa rund um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, strategisch mitdenken.

Für mehr Chancengleichheit ist es unser Ziel, unser Talentprogramm stets zu jeweils gleichen Teilen mit Frauen und Männern zu besetzen. Schon jetzt ist unsere Führungsetage überwiegend weiblich besetzt: Mit Bianca Pohlmann, Andrea Glock und Simone Kasik sind drei der fünf Angehörigen des Executive Boards Frauen.

/4.5 Aus- und Weiterbildung

Wir investieren in die Ausbildung neuer Mitarbeiter*innen. Daneben bieten wir unseren berufserfahrenen Mitarbeiter*innen die Chance, sich neue Kenntnisse für attraktive Perspektiven durch Weiterbildungen anzueignen.

FUNKE bildet in vielen verschiedenen Berufen aus. Im Januar 2023 haben 13 Auszubildende im Unternehmen erfolgreich ihre Abschlussprüfung bestanden. Darunter sind Medienkaufleute, Kaufleute für Dialogmarketing, Mechatroniker*innen und Mediengestalter*innen an den Standorten Braunschweig, Erfurt und Essen. Zur Information und Vernetzung für die Auszubildenden bietet FUNKE das Portal Azubi-Net im Intranet an.

Gerade in der Medienbranche ist es wichtig, berufliche Kenntnisse immer auf dem aktuellsten Stand zu halten. 607 unserer Mitarbeiter*innen haben darum im Jahr 2022 an Aus- und Weiterbildungsangeboten teilgenommen, davon waren 368 Frauen und 239 Männer. Da im Unternehmen erst seit 2022 ein Managementtool existiert, um die Trainingsstunden zu erfassen, ist ein Vergleich mit den Vorjahren derzeit noch nicht möglich.

Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten (ohne FUNKE Media Sales)

	Trainingsstunden	Stunden \emptyset	Anteil
Gesamt	9.028	14,87	
pro weiblichen Teilnehmenden	5.439	14,78	60,25 %
pro männlichen Teilnehmenden	3.589	15,02	39,75 %
Mitarbeiter*innen ¹	5.480	14,09	60,70 %
Führungskräfte ¹	3.424	16,38	37,93 %

¹ Die Summe der Trainingsstunden von Mitarbeiter*innen und Führungskräften ist kleiner als die gesamte Anzahl an Trainingsstunden, da es eine geringe Anzahl inaktiver Accounts gibt, bei denen die Zuordnung zu Mitarbeiter*innen oder Führungskräften nicht mehr möglich ist.

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

/4.1 Personalstruktur
/4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
/4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
/4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
/4.5 Aus- und Weiterbildung
/4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

- /4.1 Personalstruktur
- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung**
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement

GRI-INDEX

Über unsere Weiterbildungsplattform **FUNKE Akademie** können Mitarbeiter*innen passende Aus- und Weiterbildungsformate finden, um ihre beruflichen Qualifikationen auszubauen. Dabei richten sich die Angebote thematisch an den neuesten Entwicklungen der jeweiligen Branche sowie auf dem Arbeitsmarkt insgesamt aus. Nicht zuletzt aufgrund der Pandemie ist digitale Kommunikations- und Führungskompetenz in den vergangenen Jahren immer wichtiger geworden. Durch Workshoptitel wie „Online überzeugen – Digitale Präsenz“ oder Live Sessions zu Themen wie „Den Hackern auf der Spur“ oder „Geht das auch Remote?“ geben wir unseren Mitarbeiter*innen das passende Rüstzeug dafür mit auf den Weg. Daneben helfen auch **übergeordnete Kompetenzschulungen** wie die „Resilienztrainings auf Führungsebene“ am Standort Braunschweig unseren Beschäftigten, gesund und souverän ihre Führungsrolle auszufüllen. Insgesamt gab es 2.474 Teilnahmen im Bereich Media Sales und über 990 Teilnahmen aus dem kaufmännischen Bereich an den Qualifizierungsoffensiven im Bereich Digitalisierung.

Unsere Beschäftigten haben, je nach Standort, zudem die Möglichkeit zu externen **Bildungsurlauben**. So stehen Mitarbeiter*innen in Berlin, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen jeweils fünf Tage jährlich dafür zur Verfügung, in Hamburg sind es zehn Tage. In dieser Zeit können Beschäftigte aus Angeboten zur politischen, beruflichen oder allgemeinen Weiterbildung wählen, eine Beantragung erfolgt über die Personalabteilung. Nur am Standort Bayern besteht leider kein gesetzlicher Anspruch auf Bildungsurlaub.

Alle Führungskräfte aus den kaufmännischen und redaktionellen Bereichen der FUNKE Mediengruppe sind darüber hinaus verpflichtet, ihren Mitarbeiter*innen das Angebot für ein **Jahresgespräch** zu machen. Je nach Geschäftsführungsbereich werden dafür derzeit noch unterschiedliche Gesprächsformate genutzt. Eine Standardisierung soll bis Ende 2024 abgeschlossen sein.

/4.6 Gesellschaftliches Engagement

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

/4.1 Personalstruktur
/4.2 Vereinbarkeit
von Familie und Beruf
/4.3 Gesundheitsförderung
und Arbeitssicherheit
/4.4 Vielfalt
am Arbeitsplatz
/4.5 Aus- und Weiterbildung

/4.6 Gesellschaftliches
Engagement

GRI-INDEX

72

Verantwortung für andere zu übernehmen, ist für FUNKE eine Selbstverständlichkeit. Wir initiieren Hilfsaktionen und beteiligen uns an den sozialen Aktionen anderer Träger mit Aufrufen an unsere Leser*innen.

FUNKE schafft über seine Lokal- und Regionalmedien Nähe zu Leser*innen und deren Alltagssituationen. Wir betrachten es als unsere Aufgabe, Menschen durch qualitativ hochwertigen Journalismus Teilhabe an den demokratischen Prozessen in unserer Gesellschaft zu ermöglichen. Für eine vielfältige Presselandschaft engagieren wir uns unter anderem als Mitglied in Organisationen wie dem Medienverband der freien Presse (MVFP) und dem Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA). Mit unserem **Newsportal „Slava Ukraini“** stellen wir auch geflüchteten Ukrainer*innen eine unabhängige Nachrichtenquelle zur Verfügung.

Aus der Nähe zu unseren Leser*innen folgt für uns auch konsequent, dass wir soziale Verantwortung für Menschen übernehmen, die unverschuldet in Not geraten sind. Wir unterscheiden dabei einerseits zwischen **Initiativen und Spendenaktionen**, die FUNKE unterstützt oder ins Leben ruft, und andererseits **Spenden**, die als solche von FUNKES Geschäftsbuchhaltung erfasst sind.

Aktionen, die FUNKE in den Jahre 2021/2022 (mit-)initiiert hat, sind unter anderem:

- ▶ **„Wir im Revier“** war ein Spendenprojekt, das bundesweit Menschen half, die in der Corona-Krise in finanzielle Not geraten sind.
- ▶ In Hamburg unterstützt der FUNKE-eigene Verein **„Hamburger Abendblatt hilft e. V.“** Menschen, die unverschuldet in Existenznot geraten sind, etwa während der Corona-Krise. Zuletzt hat der Verein ein Begegnungszentrum für ukrainische Geflüchtete gegründet.
- ▶ In Berlin gehört die Aktion **„Wir helfen Helfern“** zu FUNKE. Gemeinnützige Vereine, Initiativen und Einrichtungen, die sich um Kinder und Jugendliche, Senior*innen und kranke Menschen kümmern, konnten sich zuletzt um eine Spende bewerben, um die Corona-Krise besser zu überstehen.
- ▶ Bei der Aktion **„Berliner helfen“** sammeln Leser*innen der Berliner Morgenpost gebrauchte, gut erhaltene Kleidung für Obdachlose.
- ▶ FUNKE Medien Niedersachsen unterstützte die Aktion **„mEIN-S - JETZT UND IMMER!“**. Dank Spenden in Höhe von 650.000 Euro von Fans und Sponsoren darf das Heimstadion der Eintracht Braunschweig bis mindestens 2025 weiter **Eintracht Stadion** heißen.

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

- /4.1 Personalstruktur
- /4.2 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- /4.3 Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit
- /4.4 Vielfalt am Arbeitsplatz
- /4.5 Aus- und Weiterbildung
- /4.6 Gesellschaftliches Engagement**

GRI-INDEX

- › Für die gemeinwohlorientierte Organisation **yeswecan!cer**, die Menschen mit Krebserkrankungen zusammenführt, streamt FUNKE die YES!CON mit ihrer großen Reichweite und unterstützt Veranstaltungen.
- › Mit der **Kindernothilfe** haben wir 2021 in NRW Spenden für Flüchtlingsfamilien auf Lesbos gesammelt.
- › Für die Opfer der **Flutkatastrophe im Ahrtal 2021** haben die FUNKE-Tageszeitungen ihre Leser*innen zu Spenden aufgerufen.
- › In Thüringen unterstützt FUNKE die Diakonie-Spendenaktion **„Thüringen hilft“**, bei der unter anderem für die Bürgerinnen und Bürger eines vom Brand zerstörten Dorfes gesammelt wurde.
- › Wir sprechen zudem jenen, die anderen in schweren Zeiten Kraft spenden, unsere Anerkennung aus und ermutigen sie mit Aktionen und Preisen, ihren Weg weiterzugehen. Dafür verleiht etwa FUNKES Braunschweiger Zeitung jährlich den **„Gemeinsam-Preis“** an besonders engagierte Bürger, die ehrenamtlich für die Gemeinschaft eintreten.

Das FUNKE-Magazin „BILD der FRAU“ verleiht seit 2006 jährlich die Auszeichnung **„GOLDENE BILD der FRAU“**. Die Trophäe geht an Alltagsheldinnen, die sich ehrenamtlich für mehr Bildung, Klimaschutz, Frieden und soziales Miteinander einsetzen. Seit 2006 haben wir bereits 85 Frauen ausgezeichnet, die mit ihrer Initiative, ihrem Projekt oder Verein die Welt ein Stück besser machen. Entstanden ist ein Frauen-Netzwerk, das auch unabhängig von den Veranstaltungen ermutigt und stärkt.

Nicht zuletzt unterstützt FUNKE mit eigenen Spenden verschiedene wissenschaftliche und gemeinnützige Zwecke. Das Spendenvolumen für diese Zwecke hat sich zwischen 2021 und 2022 verdoppelt.





GRI-INDEX

VORWORT
INHALT
EINLEITENDE INFORMATIONEN
UNTERNEHMENSPORTRÄT

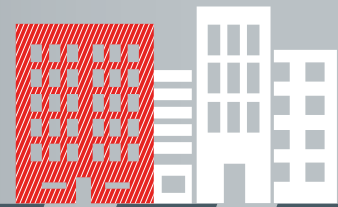
// 01
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
ÖKOLOGIE

// 04
SOZIALES

GRI-INDEX



GRI-INDEX

Der folgende GRI-Index bietet eine Übersicht über alle Indikatoren, die dieser Bericht in Anlehnung an die Global Reporting Initiative offenlegt. Verlinkte Seitenangaben führen zu den einschlägigen Ausführungen.

FUNKE hat sich für diesen Bericht an den GRI-Indikatoren orientiert, die seine ausgewählten Entwicklungsziele abbilden können. Der vorliegende Index zeigt die Angaben innerhalb der GRI-Standards auf, die für die Berichterstattung herangezogen wurden. Damit kann die Erreichung der ausgewählten SDGs gemessen und bewertet werden.







Im folgenden Index sind somit die jeweiligen Abschnitte aus den GRI-Richtlinien abgebildet, die für den vorliegenden Bericht maßgeblich waren, sowie die Seitenzahlen, auf denen die dazugehörigen Informationen zu finden sind.

Darüber hinaus orientieren wir uns an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, den sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs). Sechs dieser Ziele spielen in unserer Strategie eine besondere Rolle: SDG 5 Geschlechtergleichheit, SDG 7 Bezahlbare und saubere Energie, SDG 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, SDG 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur, SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion und SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz. Sie werden im Index mit ihrem jeweiligen Icon den offengelegten GRI-Indikatoren zugeordnet.














Anwendungserklärung

FUNKE hat die in diesem GRI-Index genannten Informationen für den Zeitraum von 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2022 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet. Vorliegender GRI-Bericht wurde am 21. April 2023 veröffentlicht.

GRI-Standard	Allgemeine Standardangabe	Ort/Link	SDG
GRI 1: Grundlagen 2021	Veröffentlichung eines GRI-Index Bereitstellung einer Anwendungserklärung Benachrichtigung von GRI	76	
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1 Organisatorische Details	7; 80	
	2-2 In der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigte Entitäten	7; 8	
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	6; 80; 81	
	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	7; 8; 40	
	2-7 Angestellte	57; 58; 59; 60; 61	
	2-8 Mitarbeiter*innen, die keine Angestellten sind	57	
	2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	69	
	2-19 Vergütungspolitik	Jahres- und Konzernabschluss	
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	72	
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	16; 20; 21	
	3-2 Liste der wesentlichen Themen	21; 22	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Jahres- und Konzernabschluss	 
	201-2 Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	2; 20	

GRI-Standard	Allgemeine Standardangabe	Ort/Link	SDG
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016	204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferant*innen	38	
GRI 301: Materialien 2016	301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	51	
	301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	52; 54	
GRI 302: Energie 2016	302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	46; 48	
	302-3 Energieintensität	47	
	302-4 Verringerung des Energieverbrauchs	46; 47	
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	52	
GRI 305: Emissionen 2016	305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	41; 42; 45	
	305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	41; 42	
	305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	41; 42; 49	
	305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen	42; 43	
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016	306-2 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	53	

GRI-Standard	Allgemeine Standardangabe	Ort/Link	SDG
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferant*innen 2016	308-1 Neue Lieferant*innen, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	32	
	308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	32	
GRI 401: Beschäftigung 2016	401-3 Elternzeit	62; 63	 
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	65; 66	
	403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	66	
	403-4 Mitarbeiter*innenbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	66	
	403-5 Mitarbeiter*innenschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	65; 66	
	403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter*innen	64	
	403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	67	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	70	 
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	71	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	68; 69	 

GRI-Standard	Allgemeine Standardangabe	Ort/Link	SDG
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016	406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	27	 
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016	407-1 Betriebsstätten und Lieferant*innen, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	33	
GRI 408: Kinderarbeit 2016	408-1 Betriebsstätten und Lieferant*innen mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	34	 
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016	409-1 Betriebsstätten und Lieferant*innen mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	35	 
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferant*innen 2016	414-1 Neue Lieferant*innen, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	36	 
	414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	36	 

VORWORT
 INHALT
 EINLEITENDE INFORMATIONEN
 UNTERNEHMENSPORTRÄT

// 01
 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

// 02
 UNTERNEHMENSFÜHRUNG

// 03
 ÖKOLOGIE

// 04
 SOZIALES

GRI-INDEX

IMPRESSUM

Herausgeber

FUNKE Mediengruppe GmbH & Co. KGaA
 Jakob-Funke-Platz 1
 45127 Essen

Sitz Essen, Registergericht Essen, HRB 25935
 Vorsitzende des Aufsichtsrates: Julia Becker
 Persönlich haftende Gesellschafterin:
 FUNKE Management GmbH

Geschäftsführung:
 Andrea Glock, Simone Kasik, Christoph Rüth

Verantwortliche Projektleitung:
 Gundula Ullah (Head of Sustainability),
 Janina Hansmann

Konzeption, Redaktion und Gestaltung

raufeld
 Paul-Lincke-Ufer 42/43
 10999 Berlin
 Tel.: +49 30/695 665 0

Produktionsleitung: Claudia Berti
 Redaktion: Till Schröder (Leitung), Julia Frese
 Grafik: Bente Schipp (Leitung),
 Nina Heyen-Roloff, Antje Zimmermann

Erscheinungsdatum:

21. April 2023

Wir nutzen in der Publikation eine genderechte Schreibweise. Falls Begriffe nicht gegendert werden, handelt es sich um konkrete juristische Personen oder Organisationen und Unternehmen. Generell sollen Angehörige aller Geschlechter gleichberechtigt angesprochen werden.

Bildnachweis

Titel: © FUNKE, © Freepik, © Getty Images; © FUNKE: S. 6, 8, 10, 13, 23, 24, 39, 67; © Adobe Stock: S. 4, 6, 14, 21, 25, 59, 63, 65, 67, 74; © Freepik: S. 3, 4, 6, 9, 13, 14, 20, 21, 25, 39, 40, 56, 65, 67, 73, 74, 75; © Getty Images: S. 6, 17, 20, 39, 45, 65, 67, 74, 75, 81; © Camm Solutions: S. 12

