

# Nachhaltig bewegen.



Nach-  
haltigkeits-  
bericht  
2022

- 03 Vorwort
- 04 Über die VRM

### VRM - das Unternehmen im Profil

#### Strategie und Management

- 06 Die Nachhaltigkeitsstrategie der VRM
- 07 Wesentlichkeitsanalyse identifiziert relevante Themen
- 08 Vier Handlungsfelder und SDGs bestimmen Nachhaltigkeitskurs
- 09 Von der Vision zur Strategie
- 11 Im Dialog mit unseren Stakeholdern
- 11 Neuen Reporting-Anforderungen gerecht werden

#### Wir achten die Menschenrechte

- 13 Ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln
- 13 Menschenrechte umfassend schützen
- 14 Compliance und Datenschutz
- 15 Lieferkette nachhaltig gestalten

#### Wir geben Nachhaltigkeit eine Stimme

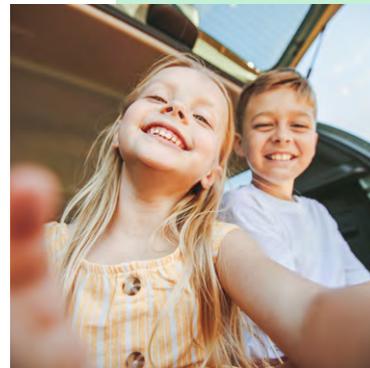
- 18 Verantwortung für Menschen und Region
- 18 Medienpolitik mit gesellschaftlicher Verantwortung
- 23 Digitalisierung und Innovation als Erfolgsfaktoren
- 24 Neue Geschäftsmodelle auf den Weg bringen

#### Wir überzeugen als attraktiver Arbeitgeber

- 27 Kulturwandel durch Prävention, Fairness und Vielfalt
- 27 Attraktivität als Arbeitgeber stetig steigern
- 29 Gesunder und sicherer Arbeitsplatz
- 31 Fairness und Chancengleichheit für alle

#### Wir gehen achtsam mit den natürlichen Ressourcen um

- 35 Verantwortung für Klima und Umwelt
- 35 CO<sub>2</sub>-Fußabdruck als Basis der Klimaschutzstrategie
- 38 Ressourceneffizienz bei VRM Druck in Rüsselsheim
- 39 Einkauf ökologischer gestalten
- 39 Transformation in Richtung emissionsarme Logistik
- 39 Abfallmanagement unternehmensweit etabliert
- 39 Kunden zum Umweltengagement motivieren



12

#### WIR ACHTEN DIE MENSCHENRECHTE

- \_ Achtung der Menschenrechte
- \_ Compliance
- \_ Lieferkette



26

#### WIR ÜBERZEUGEN ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

- \_ Sicherer Arbeitsplatz
- \_ Attraktiver Arbeitsplatz
- \_ Fairness sicherstellen



17

#### WIR GEBEN NACHHALTIGKEIT EINE STIMME

- \_ Medienpolitik
- \_ Digitalisierung und Innovation
- \_ Neue Geschäftsmodelle



34

#### WIR GEHEN ACHTSAM MIT DEN NATÜRLICHEN RESSOURCEN UM

- \_ Energie und Klima

# Inhalt

#### Anhang

- 41 Über diesen Bericht
- 42 Impressum
- 43 Kontakt



# Vorwort

## LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

der Claim der Unternehmensmarke VRM lautet „Wir bewegen“. Darunter verstehen wir, Menschen zu inspirieren, zusammenzuführen, ihnen die erforderliche Unterstützung zu geben und als Gestalter wahrgenommen zu werden. Diesen Anspruch richten wir nicht nur an uns selbst, sondern geben damit auch ein Versprechen gegenüber unseren Kundinnen und Kunden sowie Geschäfts- und Kooperationspartnern ab. Wir sind stets für Sie da.

Unsere unternehmerischen Wurzeln reichen weit zurück bis ins Jahr 1850. Seit dieser Zeit hat die Medienbranche immer wieder gravierende Veränderungen erlebt – technologisch, wirtschaftlich, gesellschaftlich. Die Annahme dieser Herausforderungen und der kreative Umgang mit den Anforderungen ist der VRM immer gut gelungen – durch mutiges Handeln, das Erkennen sich wandelnder Bedürfnisse und durch nachhaltiges Wirtschaften. Auch das steckt in dem, was wir Bewegung nennen.

Als regional verankertem Medienhaus kommt uns hierbei eine besondere Verantwortung zu – in der journalistischen Arbeit, bei unserem sozialen Engagement und hinsichtlich des Lebensraums, der uns und die Menschen in der Region umgibt. Nachhaltigkeit ist daher längst eine Leitlinie für unser unternehmerisches Handeln und zugleich eine Herkulesaufgabe für die nächsten Jahre geworden.

Unser ambitioniertes Ziel: Im Jahr 2030 ist die VRM ein klimaneutrales Unternehmen. Alle Prozesse werden schon heute darauf ausgerichtet. Wir überprüfen die Lieferketten, optimieren die Standorte energetisch und gestalten das Produktportfolio grüner und digitaler. Diese Schritte gehen wir konsequent, ohne die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens oder das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden aus dem Blick zu verlieren.

Jetzt und in Zukunft sind daher große Bewegungen notwendig. Das erfordert Mut zum Umdenken, Technologieoffenheit und investive Kraft.

Begleiten Sie uns auf diesem Weg und verfolgen Sie im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, wo die VRM heute steht, was wir bereits unternommen haben und wohin wir uns im Sinne der Nachhaltigkeit künftig bewegen werden.

Sie haben Fragen, Wünsche oder Anregungen zum Thema Nachhaltigkeit? Schreiben Sie uns gerne an [✉ NACHHALTIGKEIT@VRM.DE](mailto:NACHHALTIGKEIT@VRM.DE). Ich freue mich auf Ihre Nachricht.

Ihr

**JOACHIM LIEBLER** (GESCHÄFTSFÜHRER)



**»Unser ambitioniertes Ziel:  
Im Jahr 2030 ist die  
VRM ein klimaneutrales  
Unternehmen.«**



# Über die VRM

Wir, die VRM GmbH & Co. KG, sind ein traditionsreiches, mittelständisches Medien- und Serviceunternehmen mit Sitz in Mainz. Mit unseren Tageszeitungen im Rhein-Main-Gebiet – darunter die „Allgemeine Zeitung“, der „Wiesbadener Kurier“ und das „Darmstädter Echo“ – und unseren Aktivitäten im mittelhessischen Zeitungsmarkt – u. a. die „Wetzlarer Neue Zeitung“ – erreichen wir rund 900.000 Leserinnen und Leser und verfügen über eine verkaufte Auflage von mehr als 246.000 Exemplaren, darunter fast 42.000 E-Paper.

Darüber hinaus stehen wir über unsere digitalen News-Plattformen konzernweit mit rund zwei Millionen Unique User in Kontakt und erreichen annähernd 650.000 Social-Media-Nutzerinnen und -Nutzer.

Ein breit gefächertes Angebot an Zielgruppenmedien, wie z. B. die Kinderzeitung „Kruschel“, 18 Anzeigenblatt-Produkte sowie zahlreiche Initiativen, Event-Aktivitäten und Beteiligungen, u. a. an den Radiosendern RPR und FFH in Hessen und Rheinland-Pfalz, runden unser Portfolio ab.

Die gesamte Werbeträgervermarktung – Print und Digital – und das Prospektgeschäft sind in der VRM Media Sales gebündelt. Das Tochterunternehmen unterstützt und berät Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung individueller Mediastrategien.

An unserem Standort in Rüsselsheim betreiben wir eine der modernsten Zeitungsdruckereien Europas. Dort werden neben unseren hauseigenen Produkten auch diverse Fremdtitel gedruckt.

Unsere digitalen Services haben wir unter dem Dach von RYZE Digital zusammengeführt. Hierzu gehören die vier Agenturen MPM, Electronic Minds, VRM Digital Communications und Coders Unlimited.

Mit dem Erscheinen des „Täglichen Straßenanzeigers“ in Mainz reichen unsere Wurzeln bis ins Jahr 1850 zurück. Heute beschäftigen wir als Unternehmen rund 1.200 Mitarbeitende an 26 Standorten und gehören zu den reichweitenstärksten regionalen Medienhäusern in Deutschland.



# Strategie und Management



4

Handlungsfelder

Wir haben Nachhaltigkeit strategisch und organisatorisch in unser Unternehmen integriert. Damit wollen wir sowohl den Erwartungen unserer Stakeholder als auch den regulatorischen Anforderungen gerecht werden. Zugleich wird Nachhaltigkeit zum entscheidenden Erfolgsfaktor für die Wettbewerbsfähigkeit der VRM.

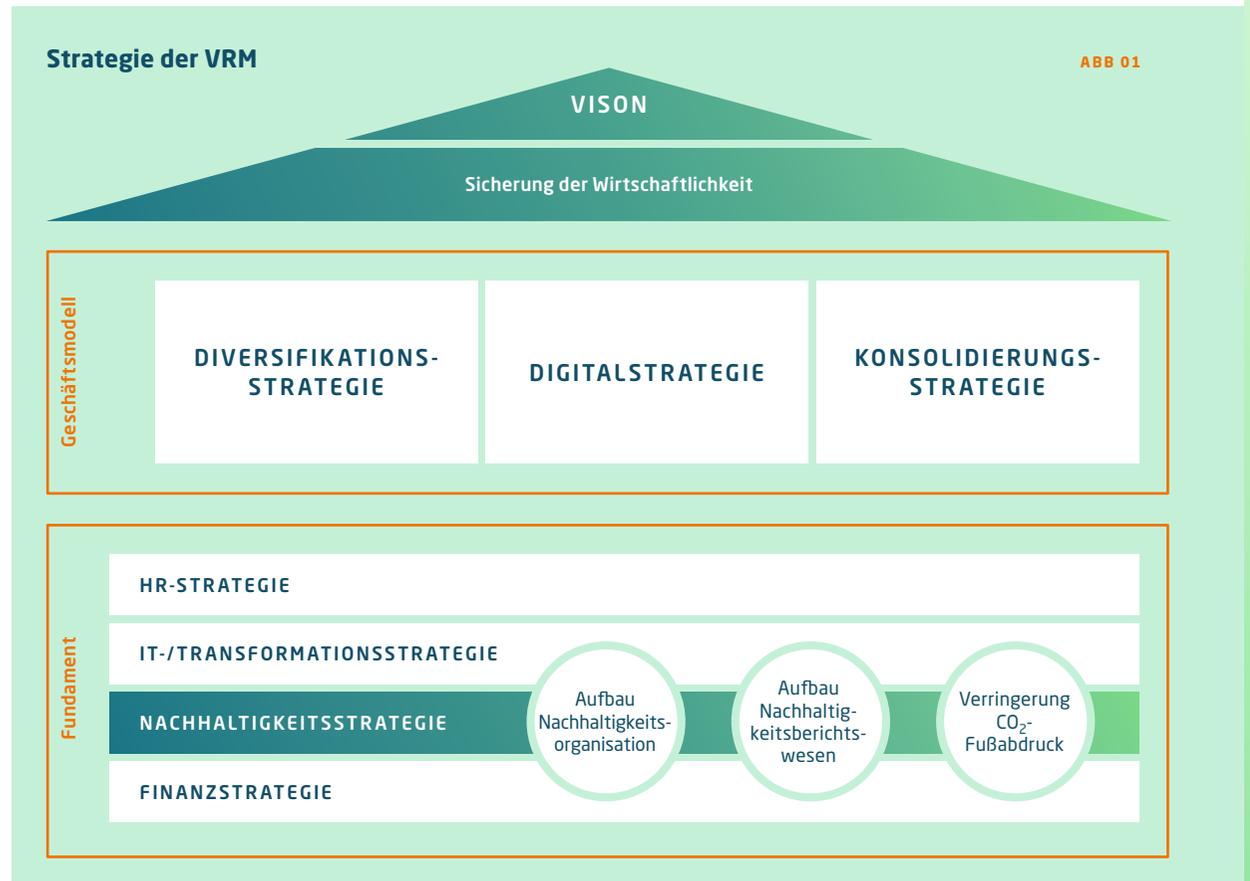


# Die Nachhaltigkeitsstrategie der VRM

- Grundlage für nachhaltiges Handeln der VRM geschaffen
- Nachhaltigkeitsmanagement mit klaren Verantwortlichkeiten und Prozessen
- Enger Austausch mit den Stakeholdern auf allen Kanälen

Die VRM hat im Jahr 2022 erstmals eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt und diese fest in der Unternehmensstrategie verankert. Die Nachhaltigkeitsstrategie gehört nunmehr mit weiteren Elementen zu dem Fundament, das die VRM heute und in Zukunft tragen, ihre wirtschaftliche und technologische Leistungskraft stärken und die Transformation des Geschäftsmodells fördern wird. **ABB 01**

Mit der strategischen Fokussierung auf Nachhaltigkeit wird auch die Voraussetzung geschaffen, um den Erwartungen der Stakeholder des Unternehmens sowie bestehenden und kommenden regulatorischen Verpflichtungen zu entsprechen. Dazu zählen nicht nur steigende ökologische Anforderungen in den Bereichen Klimaschutz, Energieeffizienz und Ressourcenschonung, sondern auch die Erfüllung sozialer Standards und Kriterien. Dies bezieht sich etwa auf die Rolle als verantwortungsbewusster Arbeitgeber als auch auf die Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht bei der Beschaffung von Waren und Dienstleistungen.



## Wesentlichkeitsanalyse

ABB 02



## Vier Handlungsfelder identifiziert:

- Wir achten die Menschenrechte.
- Wir geben Nachhaltigkeit eine Stimme.
- Wir überzeugen als attraktiver Arbeitgeber.
- Wir gehen achtsam mit den natürlichen Ressourcen um.

## WESENTLICHKEITSANALYSE IDENTIFIZIERT RELEVANTE THEMEN

Der Entwicklung einer VRM-Nachhaltigkeitsstrategie lag zunächst eine Wesentlichkeitsanalyse zugrunde, mit der im Frühjahr 2022 die wichtigsten Themen und Handlungsfelder der Nachhaltigkeit ermittelt worden sind. Im Mittelpunkt dieses Prozesses stand die sogenannte doppelte Materialität, die zwei Dimensionen umfasst:

- Die Outside-in-Perspektive: Hier geht es um den Einfluss von Nachhaltigkeitsbelangen auf die VRM als Unternehmen.
- Die Inside-out-Perspektive: Dabei werden die Auswirkungen des Handelns der VRM auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft in den Blick genommen.

Die relevanten Themen der Outside-in-Perspektive wurden durch eine Umfeld- und Wettbewerbsanalyse sowie durch eine Befragung externer Stakeholder ermittelt. Die Themen der Inside-out-Perspektive sind mittels einer Bewertung durch VRM-Führungskräfte herausgefiltert worden. Abschließend wurden die Themen durch einen internen Scoring-Prozess priorisiert. Ergebnis waren zehn als wesentlich eingestufte Nachhaltigkeitsthemen. **ABB 02**



## VIER HANDLUNGSFELDER UND SDGs BESTIMMEN NACHHALTIGKEITSKURS

In einem nächsten Schritt hat die VRM die identifizierten Themen vier Handlungsfeldern zugeordnet, die jeweils mit konkreten Zielstellungen, Maßnahmen, Zeithorizonten und Zuständigkeiten verknüpft worden sind. Ausgehend von diesem strategischen Gerüst und der Nachhaltigkeits-Roadmap hat die VRM bereits für das Berichtsjahr 2023 Ziele und Maßnahmen präzisiert und die Umsetzung davon begonnen. Informationen dazu bieten die Kapitel über die vier Handlungsfelder in diesem Bericht.

Zudem sind den vier Handlungsfeldern bestimmte Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zugeordnet worden. Die 17 SDGs berücksichtigen alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Soziales, Umwelt, Wirtschaft – gleichermaßen. Ihnen sind fünf Kernbotschaften als handlungsleitende Prinzipien vorangestellt: Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft. Alle Länder, aber auch Unternehmen und Organisationen, sind dazu aufgefordert, über ihre Anstrengungen und Fortschritte zu berichten.

Wir wollen die SDGs konsequent mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie verknüpfen und haben als ersten Schritt eine Auswahl der SDGs getroffen, zu deren Erreichung wir mit unserem Handeln einen wirksamen Beitrag leisten können und die mit unseren wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen korrespondieren. Diese sind Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3), Hochwertige Bildung (SDG 4), Geschlechtergleichheit (SDG 5), Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8), Industrie, Innovation und Infrastruktur (SDG 9), Weniger Ungleichheiten (SDG 10), Nachhaltiger Konsum und Produktion (SDG 12), Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen (SDG 16) sowie Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (SDG 17). **ABB 03**

Die auf diese Weise entwickelte Strategie wird zugleich von einer Vision getragen, welche die Ambition der VRM für das Jahr 2030 deutlich macht und signalisiert, dass das Unternehmen seine Verantwortung für das Wohlergehen künftiger Generationen und der Umwelt wahrnimmt.

### Vier Handlungsfelder

ABB 03



#### Wir achten die Menschenrechte

- \_ Achtung der Menschenrechte
- \_ Compliance
- \_ Lieferkette

→ SIEHE S.12



#### Wir geben Nachhaltigkeit eine Stimme

- \_ Medienpolitik
- \_ Digitalisierung und Innovation
- \_ Neue Geschäftsmodelle

→ SIEHE S.17



#### Wir überzeugen als attraktiver Arbeitgeber

- \_ Sicherer Arbeitsplatz
- \_ Attraktiver Arbeitsplatz
- \_ Fairness sicherstellen

→ SIEHE S.26



#### Wir gehen achtsam mit den natürlichen Ressourcen um

- \_ Energie und Klima

→ SIEHE S.34



## VON DER VISION ZUR STRATEGIE

Im Jahr 2030 haben wir den Aspekt Nachhaltigkeit in unserer DNA fest verankert. Die Wertschöpfungsketten unserer Produkte sind ressourcenschonend (Scope 3) optimiert und wir haben uns zu einem klimaneutralen Unternehmen (Scope 1 & 2) weiterentwickelt. Somit übernehmen wir Verantwortung für künftige Generationen und unsere gemeinsame Umwelt.

ABB 04

### Nachhaltigkeitsmanagement steuert Prozesse und Maßnahmen

Neben der Erarbeitung der strategischen Grundlagen stand das Jahr 2022 bei der VRM im Zeichen des Aufbaus eines effizienten Nachhaltigkeitsmanagements. Die Struktur folgt dabei klaren Verantwortlichkeiten für die verschiedenen Aufgabenstellungen:



Die Nachhaltigkeitsverantwortlichen wirken an der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie in den festgelegten vier Handlungsfeldern mit und übernehmen dabei diese Aufgaben:

- Sicherstellung der Umsetzung vorgegebener Ziele und Maßnahmen
- Selbstständiges Verantworten von Projekten
- Ableitung zukünftiger Umsetzungsmaßnahmen in Abstimmung mit der Steuerungsrunde
- Datenerhebung
- Sicherstellung des Wissenstransfer zur Führungskraft
- Teilnahme an regelmäßigen Terminen zum Thema Nachhaltigkeit

### Rollen und Aufgabenprofile



Die **Geschäftsführung** trägt die Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit als oberstes Entscheidungsgremium, gibt die Strategie und Budgets frei, bewertet und verabschiedet zentrale Weichenstellungen.



Die **Steuerungsrunde** analysiert Situationen, bereitet Entscheidungen vor, überwacht die Zielerreichung und stellt die einheitliche Anwendung im Unternehmen sicher.



Der **Nachhaltigkeitsbeauftragte** (Projektleiter) koordiniert das Nachhaltigkeitsmanagement, plant und moderiert die Steuerungsrunden sowie die Runden mit den Nachhaltigkeitsverantwortlichen. Er ist Ansprechpartner, Berater und Treiber von Nachhaltigkeitsprojekten und bewertet die Nachhaltigkeitsthemen nach ihrer Relevanz.

ABB 05

### Nachhaltigkeitsmanagement der VRM

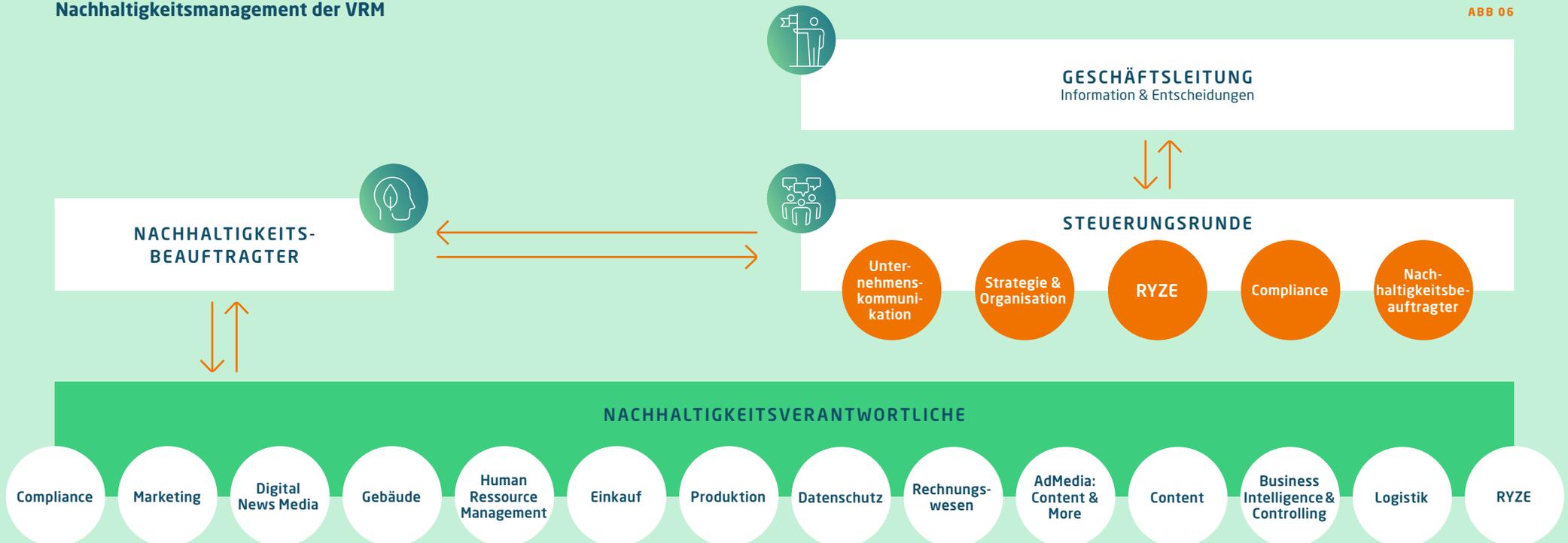


ABB 06

## IM DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN

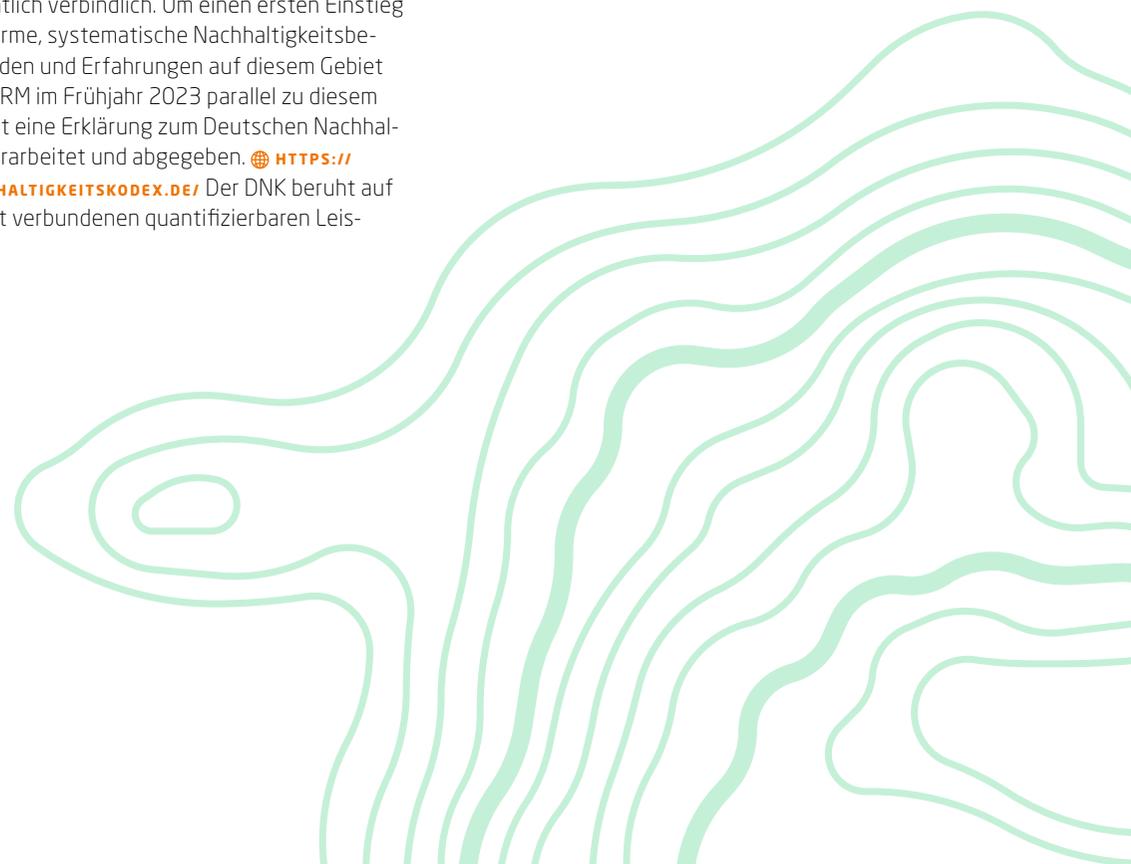
Unsere Stakeholder sind wichtige Impulsgeber für die nachhaltige Ausrichtung unseres Unternehmens. Unser Ziel ist es, auf allen Ebenen vertrauensvoll und partnerschaftlich mit ihnen zusammenzuarbeiten. Zu unseren wichtigsten Stakeholdern zählen die Geschäftskunden (B2B-Kunden), die Leserinnen und Leser sowie die Nutzerinnen und Nutzer unserer Produkte und Angebote (B2C-Kunden), die Mitarbeitenden der VRM, die Politik, die Presse, die Verbände, die Vereine, die Wissenschaft, die Lieferanten und Dienstleister, die Banken und Versicherungen sowie der Beirat und die Gesellschafter der VRM.

Mit unseren Stakeholdern stehen wir über verschiedenste Kanäle und Dialogformate im Kontakt. So können wir Feedback zu Themen aufnehmen und analysieren, die von unseren Anspruchsgruppen als Anliegen formuliert werden, und sie darüber informieren, wie wir mit den entsprechenden Bedürfnissen und Fragestellungen umgehen. Dafür ist auch der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ein zentrales Kommunikations- und Dialoginstrument. Im Zuge des weiteren Ausbaus unseres Nachhaltigkeitsmanagements wollen wir auch das Stakeholdermanagement organisatorisch und strategisch fester verankern und für einen systematischen Dialogprozess die notwendigen Regeln, Standards und Verantwortlichkeiten definieren.

In den vergangenen Monaten hat die VRM bereits eine interne Kommunikationsoffensive gestartet, mit der Mitarbeitende und Führungskräfte anschaulich über die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie informiert und für eine engagierte Mitwirkung an Projekten und Maßnahmen motiviert wurden. Zu den gewählten Informationsformaten gehörten dabei beispielsweise ein Video der Geschäftsführung, eine eigenständige Rubrik zur Nachhaltigkeit in „VRme“, dem Intranet des Unternehmens, „After Work“-Events für den gegenseitigen Austausch unter den Mitarbeitenden, aber auch die Einrichtung eines „Nachhaltigkeitspostfachs“ zur Einbringung von Vorschlägen sowie zur Beantwortung von Fragen rund um das Thema.

## NEUEN REPORTING-ANFORDERUNGEN GERECHT WERDEN

Mit diesem ersten Nachhaltigkeitsbericht möchte die VRM über den aktuellen Stand ihres Engagements für Nachhaltigkeit, ihre künftige strategische Ausrichtung sowie den Aufbau ihres Nachhaltigkeitsmanagements informieren. Das Unternehmen ist sich bewusst, dass dieses Reporting nunmehr regelmäßig erfolgen und sich mittelfristig an etablierten Standards und Kriterien orientieren muss. Dazu zählen insbesondere die Vorgaben der von der Europäischen Union verabschiedeten Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und die European Sustainability Reporting Standards (ESRS), die diese Richtlinie präzisieren. Diese Regelwerke sind ab dem Geschäftsjahr 2025 auch für die VRM rechtlich verbindlich. Um einen ersten Einstieg in eine standardkonforme, systematische Nachhaltigkeitsberichterstattung zu finden und Erfahrungen auf diesem Gebiet zu sammeln, hat die VRM im Frühjahr 2023 parallel zu diesem Nachhaltigkeitsbericht eine Erklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erarbeitet und abgegeben. [HTTPS://WWW.DEUTSCHER-NACHHALTIGKEITSKODEX.DE/](https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/) Der DNK beruht auf 20 Kriterien und damit verbundenen quantifizierbaren Leistungsindikatoren.



# Wir achten die Menschenrechte



100%

Wir handeln stets  
100% regelkonform.

Wir wollen die Menschenrechte mit größtmöglicher Transparenz bei möglichen Risiken einhalten. Dafür bilden konzernübergreifende Regelwerke, ein Datenschutz-Team und die Erstellung von Richtlinien im Beschaffungsprozess die Basis.



# Ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln

- **Null-Toleranz-Politik gegen Menschenrechtsverstöße und größtmögliche Transparenz bezüglich Risiken**
- **Konzernübergreifende Regelungswerke und Datenschutz-Team**
- **Richtlinie für Beschaffungsprozess und Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes**

Ethisch und rechtlich einwandfrei zu handeln, steht für die VRM an oberster Stelle. Denn dies ist die Basis für das Vertrauen, das uns die Stakeholder unseres Unternehmens jeden Tag entgegenbringen und das wir für unseren Unternehmenserfolg brauchen. Mit ihnen pflegen wir einen respektvollen Umgang, der auf Integrität, Fairness und Ehrlichkeit beruht. Unsere besondere Aufmerksamkeit gilt der Wahrung der Menschenrechte – innerhalb des Unternehmens, aber auch in unseren Lieferantenbeziehungen. Hier setzen wir auf den Dialog und die Partnerschaft mit unseren Zulieferern, mit denen wir uns gemeinsam auf die Umsetzung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) vorbereiten. Im Zentrum unserer Aktivitäten steht dabei die Einführung eines Risikomanagementsystems, das auf die Erfüllung der neuen Anforderungen ausgerichtet ist.



**Corinna Fiedler,**  
Leitung Rechtsabteilung

## Menschenrechte umfassend schützen

Die VRM bekennt sich zur Wahrung der Menschenrechte und sieht darin einen integralen Bestandteil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Grundlage unseres Handelns sind dabei die international anerkannten Rahmenwerke und Standards, wie etwa die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen oder die Charta der Grundrechte der Europäischen Union.

Wir verfolgen eine Null-Toleranz-Politik gegen jegliche Menschenrechtsverstöße, gehen aktiv gegen Diskriminierung und Belästigung vor und

Eine starke Compliance-Kultur in der VRM hilft uns auf dem Weg, unser anspruchsvolles Ziel zu erreichen: Wir handeln stets 100 % regelkonform. Voraussetzung für die Erfüllung von Gesetzen, Regeln und Normen ist auch eine breite Kompetenz unserer Mitarbeitenden, die wir mit einem gezielten Schulungsprogramm ausbauen werden. Effiziente Managementsysteme im Bereich Datenschutz, Informations- und Cybersicherheit bieten eine zusätzliche Gewähr dafür, Risiken für Rechtsverstöße und Störfälle im Ansatz bekämpfen zu können.

setzen uns für Fairness, Chancengerechtigkeit sowie eine sichere Arbeitsumgebung ein. Sowohl innerhalb der VRM als auch in unserer Lieferkette wollen wir größtmögliche Transparenz hinsichtlich möglicher menschenrechtlicher Risiken und nachteiliger Auswirkungen schaffen. Das ist die Basis für Prävention und konsequente Abhilfe bei festgestellten Defiziten.

Für das Jahr 2023 plant die VRM eine eigene Erklärung zur Achtung der Menschenrechte, in der wir aufzeigen, wie wir unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nachkommen. Dabei geht es sowohl um Verfahren, Verantwortlichkeiten und Managementinstrumente wie Risikoanalysen als auch um Ansätze, die für eine hohe Sensibilität im Hinblick auf Menschenrechtsthemen unter den Mitarbeitenden sorgen. So gelten unbewusste Vorurteile und Stereotypen als Hindernis für die Förderung von Chancengleichheit und Vielfalt, die oft dazu führen, dass bestimmte Gruppen bevorzugt und andere diskriminiert werden. Die VRM plant, Schulungen und Trainings für ihre Mitarbeitenden anzubieten, um Vorurteile und Stereotypen zu erkennen und abzubauen.





## COMPLIANCE UND DATENSCHUTZ

Die VRM legt hohen Wert auf die Einhaltung von Gesetzen und unternehmensinternen Richtlinien und hat dafür konzernübergreifende sowie fachbereichsbezogene Regelwerke etabliert. Zudem wurde eine Arbeitsgruppe für Compliance gegründet, um Risiken und Handlungsbedarf zu identifizieren und Maßnahmen umzusetzen. Carl Englisch, Mitglied der Geschäftsführung, ist in erster Linie für das Themenfeld Compliance zuständig. Bis Ende 2023 wird ein Schulungskonzept für Compliance erarbeitet, das für Mitarbeitende mit Fach- und Steuerungsaufgaben im Bereich Compliance verbindlich sein wird. Darüber hinaus gelten allgemeine Handlungsanweisungen an kritischen Schnittstellen, wie etwa Management, Einkauf und Media Sales, um Gefälligkeitssituationen zu vermeiden. Geplant und teilweise realisiert ist zudem die Einführung eines Hinweisgebersystems, mit dessen Hilfe Rechtsverstöße gemeldet werden können.



**DOMINIQUE DORÉ**  
BEREICHSLÉITUNG IT

### Mit welchen Ansätzen deckt die VRM ihre Verantwortung im Bereich Cybersicherheit ab und welche Ziele werden verfolgt?

**D. D.** Das Thema Cybersicherheit reiht sich ein in das „Business Continuity Management“ (BCM) der VRM, ein ganzheitlicher Prozess mit dem Ziel, Unterbrechungen des IT-Betriebs im Unternehmen zu minimieren. Wir verfügen über ein Portfolio an organisatorischen und technischen Maßnahmen. Die Magie liegt darin, die IT-Welt mit modernen Sicherheitslösungen ganzheitlich zu schützen, Benutzer- und Anwendungsprozesse an aktuellen Sicherheitsstandards auszurichten, die IT-Systeme auf einem aktuellen Sicherheitsniveau und die Awareness bei den Mitarbeitenden hochzuhalten.

### Welche Maßnahmen werden ergriffen, um die Ziele zu erreichen?

**D. D.** Wir haben unsere Systeme gehärtet und feinjustiert. Fast wöchentlich schließen wir mit Hochdruck veröffentlichte Sicherheitslücken und lassen regelmäßig Penetrations- und Schwachstellen-Scans durchführen. Moderne Security-Lösungen sind unsere Standards, wie beispielsweise eine Next Generation Firewall<sup>1</sup>. Auch eine DDOS-Migrations-Lösung<sup>2</sup> gehört dazu, ebenso wie eine mehrstufige Antiviren-Lösung und die Zwei-Faktor-Authentifizierung. Ein 24x7-Monitoring zwecks Früherkennung von Anomalien ermöglicht einem Security-Operation-Team die schnelle Erkennung und Behebung eines Angriffs, bevor dieser sich ausbreiten kann. Leider ist der Mensch

## »Wir haben unsere Systeme gehärtet und feinjustiert.«

weiterhin die größte Sicherheitslücke. Aus diesem Grund stellen wir mithilfe von E-Learnings, Intranet-Artikeln sowie gezielten Phishing-Kampagnen die Awareness und das Training der Anwenderinnen und Anwender in den Vordergrund. Trotz aller präventiven Maßnahmen wurde ein IT-Notfallmanagement aufgesetzt und ein entsprechender Krisenplan ausgearbeitet, um für den hoffentlich nie eintretenden Ernstfall vorbereitet zu sein.

### Welche Rolle spielt die Cybersicherheit im Bereich der KI, beispielsweise bei der Nutzung von Algorithmen?

**D. D.** KI spielt im Bereich des Client-Endgeräte-Schutzes bei uns eine große Rolle. Wir setzen hierbei auf einen modernen Ransom-Schutz, also eine KI-basierte Malware-Prävention. KI kommt auch im Bereich der Firewall zum Einsatz: Bei der signaturbasierten Erkennung greift ein Intrusion-Prävention-System (IPS) zur Abwehr von Eindringversuchen, welches das Netzwerk kontinuierlich überwacht, auf zuvor definierte Angriffssignaturen bekannter Netzwerkbedrohungen zur Erkennung zurück und leitet die notwendigen Maßnahmen ein. Bei der anomalienbasierten Erkennung bemerkt das IPS unerwartetes Netzwerkverhalten und kann den Zugriff auf einen Host blockieren.

<sup>1</sup> Eine Firewall, die auch ausgeklügelte Angriffe erkennt und blockiert, indem sie auf Anwendungs-, Port- und Protokollebene Sicherheitsrichtlinien durchsetzt.

<sup>2</sup> Reagiert auf Angriffe, welche auf Überlastung von Servern abzielen.





Für datenschutzrechtliche Belange hat die VRM ein Datenschutz-Team mit einem externen Datenschutzbeauftragten, internen Datenschutzkoordinatoren und einem Beraterteam etabliert. Durch regelmäßige Abstimmung werden eine frühzeitige Erkennung und Bearbeitung datenschutzrechtlicher Fragestellungen und deren Problemlösungen umfassend gewährleistet. Es besteht darüber hinaus jederzeit die Möglichkeit, Fragen direkt an das Datenschutz-Team zu stellen. Softwarebasierte Lösungen für das Datenschutz-Management werden genutzt, um die Verzeichnisse von Verarbeitungstätigkeiten und die Betroffenenrechte zu dokumentieren. Auch für andere datenschutzrechtliche Vorgaben, wie das Management bei Verletzungen des Schutzes natürlicher Personen, gibt es umfassende Prozesse.

Die Informations- und Cybersicherheit spielt eine zentrale Rolle im Unternehmen. Hier setzt die VRM auf ein zentrales SIEM-System (Security Information and Event Management), eine Kombination aus der Verwaltung von Sicherheitsinformationen und Sicherheitsereignissen mit angeschlossenem Security Operations Center (SOC). Organisatorische und technische Security-Maßnahmen wurden ergriffen, um persönlich identifizierbare Informationen zu schützen und Identitätsdiebstahl, Zugang zu Passwörtern und den Diebstahl sensibler Geschäftsdaten zu verhindern.

## Lieferkette nachhaltig gestalten

Zu den wichtigsten Gütern und Dienstleistungen, welche die VRM von externen Lieferanten bezieht, gehören Papier, IT-Geräte, Dienstleistungen, Werbemittel, Büroeinrichtungen, Medientechnik und Ersatzteile für die Flottenwartung. Besonders bei IT-Geräten und Zubehör sowie Dienstwagen können Nachhaltigkeitsrisiken aufgrund der internationalen Lieferkette und der politischen Lage in den einzelnen Ländern auftreten.

Die Beschaffungsrichtlinie der VRM legt Zuständigkeiten, Informations- und Abstimmungserfordernisse sowie Entscheidungsbefugnisse im Beschaffungsprozess fest.

Um die Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes zu erfüllen, plant das Unternehmen die Einführung eines Risikomanagementsystems. Dabei steht vor allem die Einhaltung von menschenrechtlichen Standards, von Umweltrichtlinien bei Papierlieferanten sowie die Herkunft von Einzelteilen bei IT-Geräten im Mittelpunkt. Für 2023 ist eine systematische Überprüfung der Zulieferer geplant. Die VRM wird zudem ein softwaregestütztes Einkaufsregelwerk einführen, das insbesondere ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance) in der Lieferkette berücksichtigt, beispielsweise die Einhaltung von Regeln zu Mindestlohn, Kinderarbeit oder dem Schutz der Urwälder.



# Für 2023 geplante Maßnahmen

ABB 07

## UNSERE MAßNAHMEN

Erarbeitung eines **neuen Schulungskonzepts** zum Thema **Compliance** bis Ende 2023

Konzept für **IKS-Prüfungen** bis Ende 2023

Roll-Out eines **softwaregestützten Vertragsmanagementsystems** bis Ende 1. Quartal 2023

Implementierung und Etablierung des **LkSG/ESG-Risikomanagementsystems**:  
\_ Durchführung Risikoanalyse  
\_ Regelprozess  
\_ Bericht  
\_ Abgabe Grundsatzklärung der Menschenrechte  
\_ Neue Beschaffungsrichtlinie

Einführung einer Software zum **LkSG/ESG-Management**

## UNSERE ZIELE



**100 %**

**Wir handeln stets 100% regelkonform.**



**>90 %**

**Bis 2025 haben wir mind. 90% unserer Lieferanten in unser Risikomanagement integriert.**

# Wir geben Nachhaltigkeit eine Stimme



**900.000**  
Leserinnen und Leser täglich

Wir stellen uns als fest in der Region verankertes Medienhaus mit einer generationenübergreifenden Medienpolitik unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Mit unseren analogen, digitalen und innovativen Angeboten und Maßnahmen fördern wir nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweisen.



# Verantwortung für Menschen und Region

- **Medienpolitik ist der Schlüssel einer aktiven gesellschaftlichen Verantwortung**
- **Digitalstrategie zielt auf nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweisen**
- **Neue Geschäftsmodelle sparen Ressourcen und reduzieren Umweltbelastungen**

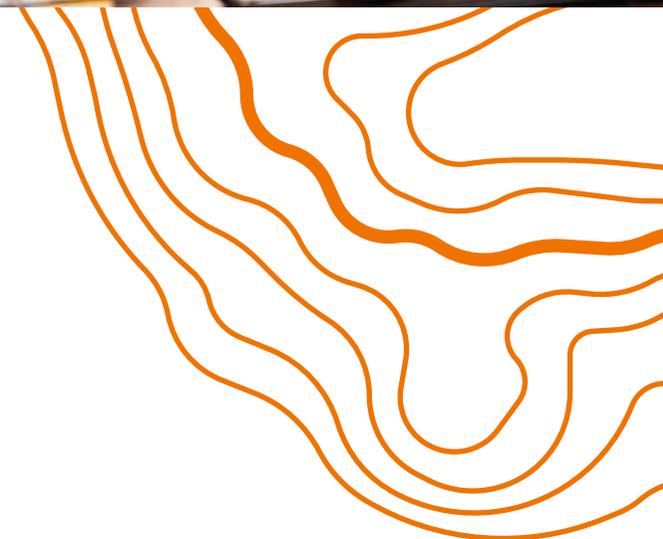
Als Medienunternehmen mit einer tiefen regionalen Verankerung verfügen wir über vielfältige Potenziale, um Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft vor Ort zu stärken. Diese Möglichkeiten wollen wir verantwortungsbewusst nutzen und Nachhaltigkeit als strategischen Eckpfeiler unseres Geschäftsmodells ausbauen. Dazu gehört es insbesondere, unseren publizistischen Auftrag ernst zu nehmen und mit Leben zu füllen. Wir informieren Menschen auf Basis geprüfter Fakten, um ihnen zu ermöglichen, sich selbst eine fundierte Meinung zu bilden, Alltagsentscheidungen besser treffen zu können und am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Unsere Überzeugung ist: Eine informierte Gesellschaft ist eine bessere Gesellschaft. Dabei haben wir auch Kinder und Jugendliche im Blick, denen wir mit zielgenauen Bildungsprojekten helfen wollen, Medienkompetenz zu entwickeln und zugleich ihr Wissen über Nachhaltigkeit zu erweitern. Gleichzeitig richten sich unsere Angebote an alle Generationen und gesellschaftlichen Akteure in der Region, die wir über unsere Medien und Veranstaltungen erreichen und zum Wohl der Region vernetzen wollen.

Unseren Auftrag können wir nur erfüllen, wenn wir unser Geschäftsmodell weiterentwickeln, unsere Reichweite erhöhen und unsere Zielgruppen auch zukünftig mit attraktiven Angeboten überzeugen. Der Schlüssel dafür sind digitale Innovationen. Mit der digitalen Transformation unseres Unternehmens wollen wir nicht nur veränderten Kundenwünschen gerecht werden und unser Portfolio an Produkten und Leistungen revolutionieren. Wir modernisieren damit auch unsere internen Prozesse und verringern zudem unseren ökologischen Footprint durch den beschleunigten Umstieg von gedruckten auf digitale Medienformate. Diese verschiedenen Bausteine haben wir in einer eigenen Digitalstrategie zu einem ganzheitlichen Konzept zusammengefügt.

## MEDIENPOLITIK MIT GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG

Die VRM ist Teil der Region Rhein-Main und Rhein-, Süd- und Mittelhessen und übernimmt aktiv gesellschaftliche Verantwortung. Mit unserem unternehmerischen Engagement in den Bereichen Bildung, Soziales und Wirtschaft möchten wir die hier lebenden Menschen ermutigen, ihre Heimat aktiv mitzugestalten.

Als fest in der Region verwurzelt Medienhaus stärkt die VRM mit verschiedenen Leseprojekten die Medienkompetenz der nachfolgenden Generationen. Rund 19.000 Kinder und Jugendliche wurden im Jahr 2022 durch Schulprojekte der Kinderzeitung Kruschel und durch die Aktionen „Schüler lesen Zeitung“ und „Zeitung lesen macht Azubis fit“ erreicht. Die damit verbundene Vermittlung von Allgemeinwissen, Informationen über das lokale Geschehen und die dahinterliegenden Zusammenhänge gibt Kindern und Jugendlichen die notwendigen handwerklichen Mittel, um mit Fakten, Meinungen und Medien verantwortungsvoll umzugehen. Bis 2024 wollen wir mindesten 20.000 junge Menschen (U18) erreichen und stellen die Projekte bereits ab dem Jahr 2023 unter das Motto „Nachhaltigkeit“.



## Zahlen und Daten Leserprojekte 2022

ABB 08

### KLASSENPROJEKT

100

Klassen mit  
ca. 3.000 Schülerinnen  
und Schülern nehmen  
am Leseprojekt teil

### SCHÜLER LESEN ZEITUNG

14.000

Schülerinnen und Schüler  
aus 570 Klassen

### LESEN MACHT AZUBIS FIT

150

Azubis aus  
31 Unternehmen und  
zwei BBS-Klassen

### INSGESAMT RUND

19.000

erreichte Kinder und  
Jugendliche



### KRUSCHEL

34

Firmen sponsern  
74 Klassen mit  
1.900 Schülerinnen  
und Schülern

## Eine Zeitung für junge Leser

Mit der Kinderzeitung Kruschel und damit verbundenen Schul- und Klassenprojekten stärkt die VRM die Medienkompetenz bereits bei Grundschulkindern.





## »Die Leserinnen und Leser setzen großes Vertrauen in uns.«

**SINA SCHREINER**  
STELLV. LEITUNG LOKALREDAKTION  
WIESBADEN

„ihnen leuchtet ein Licht“ gilt als älteste Benefizaktion einer Tageszeitung in Deutschland. Was sind die Erfolgsbausteine, die diese Aktion über Generationen hinweg am Leben erhalten?

**S.S.** Die Menschen kennen die Aktion teilweise schon seit Jahrzehnten. Sie wissen aufgrund unserer Berichterstattung, wo Hilfe gebraucht wird – und wo wir helfen konnten. Die Leserinnen und Leser setzen großes Vertrauen in uns und darauf, dass ihre Spenden dort ankommen, wo sie benötigt werden. Einige unterstützen uns schon seit vielen Jahren: Privatleute, Unternehmen, Vereine.

Auch in Krisenzeiten findet die Aktion viele Unterstützer. Wie schafft es die VRM auf dieser sehr lokalen Ebene – angesichts der vielen Aufrufe zu Benefizaktionen für die vielen weltweiten Krisen – die Beteiligung so hoch zu halten?

**S.S.** Das liegt natürlich an besagtem Vertrauen, aber vor allem auch an der Regionalität unserer Benefizaktion – die Spenden kommen qua Satzung ausschließlich und direkt Projekten in Wiesbaden und dem Rheingau-Taunus-Kreis zugute. Viele Spenderinnen und Spender schätzen es, dass wir „vor ihrer Haustür“ nachhaltig aktiv sind. 2022 lag der Spendenerlös bei

mehr als 327.000 Euro. In den vergangenen fünf Jahren waren es zusammengerechnet fast 1,5 Millionen Euro.

**Was macht dieses Engagement der VRM so bedeutsam, nicht nur für die Gesellschaft, sondern auch innerhalb des Unternehmens?**

**S.S.** Durch „ihnen leuchtet ein Licht“ können viele Hilfsbedürftige unterstützt werden: Junge und Ältere, Obdachlose, Menschen mit Beeinträchtigung, Geflüchtete. Wir fokussieren uns nicht auf eine Gruppe, sondern helfen denen, die in unserer Region Hilfe brauchen. Die VRM selbst unterstützt uns dabei unter anderem mit einer Spende beim Weihnachtskonzert.

### Benefizaktionen in den verschiedenen Erscheinungsgebieten der VRM-Titel

TAB 01

Name	Ort	Start	Spendensumme	
ihnen leuchtet ein Licht	Wiesbaden	1954, älteste Benefizaktion einer Tageszeitung in Deutschland	327.535 Euro im Jahr 2022	Vereine, Organisationen und Institutionen können Anträge für Mittel aus dem Spendentopf stellen. Unterstützt werden Projekte, die Bedürftigen im Verbreitungsgebiet der Zeitung zugutekommen.
Leser helfen	Mainz	1992	200.000 Euro im Jahr 2022	Die Lokalredaktion wählt jedes Jahr etwa acht Projekte aus (gemeinnützige Vereine aus Kinder-, Jugend- oder Seniorenarbeit, Projekte in Kliniken, für Behinderte oder Wohnsitzlose) und ruft Ende November Leserinnen und Leser zu Spenden dafür auf.
Echo hilft!	Darmstadt	2005	3,92 Millionen Euro von 2005 bis 2022	35 unterstützte soziale Projekte in Südhessen (z. B. Gesundheitseinrichtungen, Familieninitiativen, Ausbildungsprojekte).
Helf uns helfen!	Wetzlar	2001	60.000 Euro im Jahr 2022	Zur Weihnachtszeit steht jeweils ein Thema im Mittelpunkt des Spendenaufrufs an die Leserinnen und Leser. Der Erlös geht an Vereine, Verbände und Organisationen im Verbreitungsgebiet.



**ihnen leuchtet ein Licht**

## Musik für einen guten Zweck

Die Erlöse aus dem Weihnachtskonzert zugunsten der Kurier-Benefizaktion „ihnen leuchtet ein Licht“ werden an ausgewählte lokale Vereine und Institutionen überreicht.



## Engagement und Verbundenheit mit der Region

Seit vielen Jahrzehnten sammelt die VRM mit verschiedenen Benefizaktionen ihrer Zeitungstitel jedes Jahr Spenden in sechsstelliger Höhe. Die Empfänger, wie etwa Initiativen oder Vereine, werden unter anderem danach ausgewählt, ob sie direkt und möglichst langfristig vor Ort wirken. In einer eindrucksvollen Spendenaktion aller VRM-Titel nach der Flutkatastrophe im Ahrtal 2021 konnten innerhalb weniger Wochen 2,7 Millionen Euro gesammelt und für den Wiederaufbau zweier besonders betroffener Gemeinden ausgezahlt werden – eine beispielhafte Aktion „direkt“ und „vor Ort“. Die VRM unterstützt außerdem Benefizveranstaltungen, um Not zu lindern und soziale Einrichtungen und Initiativen in der Region zu fördern.

Als Medien- und Kooperationspartner sind unsere Tageszeitungstitel in zahlreiche namhafte Kulturereignisse und Sportveranstaltungen eingebunden. Dazu gehören die Wormser Nibelungenfestspiele, das Wiesbadener Pfingstturnier, das Rheingau Musik Festival, die Wetzlarer Festspiele sowie Landesfeste in Rheinland-Pfalz und Hessen.

Mit den Sommerabenden der Wirtschaft in Mainz und Wiesbaden bringen wir jeweils rund 800 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu einem Austausch zusammen und fördern so das Netzwerk und Zusammenspiel von Experten und Entscheidern in der Region. Mitveranstalter der jährlichen Sommer-Business-Events sind die jeweiligen Kammern IHK und HWK.

**2,7 Mio. €**

Spenden  
für das Ahrtal



## Sommerabend der Wirtschaft

Der Sommerabend der Wirtschaft im Biebricher Schloss in Wiesbaden und am VRM-Hauptstandort Mainz ist als hochwertiges und erstklassiges Netzwerk-Format etabliert.



## Informieren, analysieren und fördern

Unser publizistischer Auftrag ist es, die Menschen in der Region zu informieren, geprüfte Fakten bereitzustellen, Hintergründe und Zusammenhänge aufzuzeigen. Dafür stehen wir nicht nur mit unseren Zeitungstiteln, sondern fördern auch mit den VRM-Foren die Informations- und Meinungsbildung. Diese finden in allen Regionen des Verbreitungsgebietes statt. Jeweils bis zu 600 Gäste nutzen die etwa 20 jährlichen Veranstaltungen vor allem im Vorfeld von Wahlen. Über das Event vor Ort hinaus werden die Foren in der Regel auch via Live-Stream übertragen und erzielen so eine große Reichweite.

Über unsere Nachrichtenportale, Zeitungen, Audioformate und Videos sprechen die Redaktionen unterschiedliche Nutzergruppen an. Dazu kommt die Entwicklung passgenauer Formate, wie zum Beispiel „NewsUp!Fakt“ für junge Menschen, die auch politisches Wissen (Wie funktioniert eine Wahl?) oder Medienkompetenz (Wie geht man mit Hate Speech um?) vermitteln. Die Wirkungen der unterschiedlichen Produkte und eine Anpassung an Nutzerwünsche werden innerhalb der VRM durch das eigene Team „Apollo“ fortlaufend analysiert. Diese Analyse, bei der beispielsweise „Klima und Natur“ als festes Thema der Zielgruppe 14- bis 24-jährigen identifiziert wurde, ist Teil der Ausrichtung im Contentbereich. Seit 2022 gibt es in den VRM-Redaktionen eigene Klimareporter und ein Klimanetzwerk, das standortübergreifend Klima- und Nachhaltigkeitsthemen setzt. Dafür werden aktiv unter anderem Seminare, Austauschrunden und „VRM-lernt“-Inhalte etabliert. Ziel ist auch, bis Ende 2023 eine systematische Berichterstattung über Themen der Nachhaltigkeit zu verankern. Künftig soll außerdem ein VRM-Nachhaltigkeitsaward ausgelobt werden.

Die lokale und regionale Kompetenz und die besondere Qualifikation der Redakteurinnen und Redakteure bilden die Basis für die Berichterstattung. Die VRM fördert daher den kritischen Journalisten-Nachwuchs mit dem Gutenberg-Recherchepreis, der 2022 zum dritten Mal vergeben wurde. Journalismus- und Publizistikstudenten fördert die VRM-Stiftung mit mehreren Deutschlandstipendien.

VRM-FOREN  
Bis zu  
**20**  
jährliche  
Veranstaltungen



## DIGITALISIERUNG UND INNOVATION ALS ERFOLGSFAKTOREN

Die VRM treibt ihre Digitalstrategie kontinuierlich voran, denn die Nachfrage auf Kundenseite nach digital ausgespielten Produkten und Leistungen steigt. Mit der Einführung der neuen Publishingplattform CUE im Jahr 2022 wurde das Prinzip „digital first“ bei der Produktion von Inhalten umgesetzt. Seit der Einführung haben sich die Nutzerzahlen der Nachrichtenportale verdoppelt.

Mit digitalen Innovationen werden zudem Betriebsprozesse durch Automation ermöglicht beziehungsweise beschleunigt. Digitalisierung ist somit ein entscheidender Pfeiler, um unsere Betriebsprozesse und Produkte nachhaltiger zu machen. Die damit verbundenen Einsparungen von Ressourcen haben nicht nur eine große Relevanz bei der Reduzierung des Carbon Footprint, sondern stehen für unsere Ziele, im Sinne der Verantwortung für nachfolgende Generationen achtsam mit der Umwelt umzugehen. Die VRM bietet ihren Kunden etwa die Möglichkeit, auf einen digitalen Rechnungsversand zu wechseln. Hier werden nicht nur wertvolle Ressourcen eingespart, sondern jeder Umstieg wird zusätzlich mit der Pflanzung eines Baumes belohnt.

Alle Digitalprojekte werden bei der VRM zentral über das regelmäßig tagende und bereichsübergreifende Digital Board gesteuert. Außerdem nutzt die VRM die Expertise von RYZE Digital bei seinen digitalen Projekten. Die Portfolio-Verantwortung liegt beim Chief Digital Officer (CDO), die Projektverantwortung beim jeweiligen Projektleiter von VRM und RYZE Digital. Die wechselseitige Transparenz und Koordination wird durch die partielle Personenidentität des CDO der VRM und der Geschäftsführung von RYZE Digital gesichert. Die so gebündelten Kompetenzen werden für eine sich stetig weiterentwickelnde Digitalisierung des Angebotsportfolios genutzt. Ziel ist, insbesondere die analogen Formate durch digitale Angebote zu ersetzen. Zugleich gilt es, Ansätze und Lösungen für eine nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweise einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen. Dazu gehören auch Dienstleistungsangebote, mit denen Kunden ihr nachhaltiges Wirtschaften umsetzen und dokumentieren können.



## Digitale Angebote der VRM

**Live!** Live-Streams von besonderen Ereignissen finden sich auf den Nachrichtenportalen und den jeweiligen Facebook-Seiten.

**Dossiers** Auf den Nachrichtenportalen werden alle Inhalte zu einem Thema gesammelt und kompakt zum Nachlesen angeboten.

**Stories** Geschichten aus der Region werden hintergründig, multimedial und interaktiv auf [STORIES.VRM.DE](https://www.stories.vrm.de) erzählt.

**Newsletter** Abomöglichkeit des Morgen-Newsletters über das Nachrichtenportal, weitere Infos am Mittag über den Premium-Newsletter „Rheinhessen exklusiv“.

**Push-Mitteilungen** Können über Nachrichtenportale oder in der News-App aktiviert werden und informieren aktuell über die favorisierten Themen.

**VRM-Mediathek** Unter [MEDIATHEK.VRM.DE](https://www.mediathek.vrm.de) finden sich aktuelle Videos aus der Region und viele Kolumnen.

**Social Media** Die VRM ist aktiv auf Facebook, Instagram und TikTok.

**Podcasts** Die Redaktionen der VRM produzieren 14 verschiedene Podcasts mit unterschiedlichen regionalen und lokalen Themen, zu finden auf Spotify, Apple Podcast, den Nachrichtenportalen, im E-Paper und bei weiteren Podcast-Anbietern.



E-PAPER-VOLLABOS  
**22.000**  
 für 2022



## NEUE GESCHÄFTSMODELLE AUF DEN WEG BRINGEN

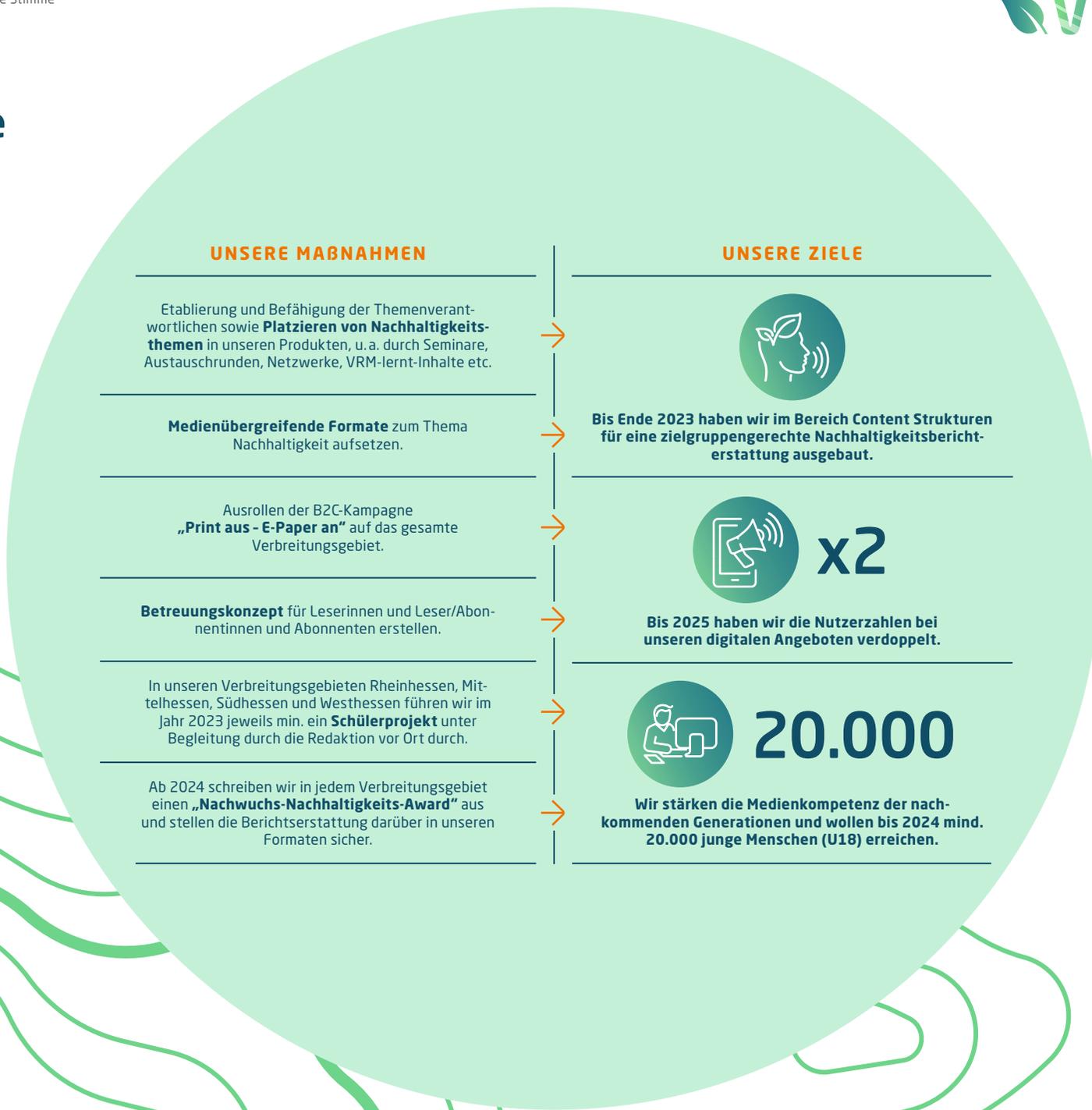
Im Zuge der fortlaufenden Digitalisierung entwickelt die VRM kontinuierlich neue Geschäftsmodelle und passt sich neuen Marktanforderungen an. Der digitalen Transformation wird besonders durch die Modernisierung der Arbeitsplatz- und Geräteausstattung und der Weiterentwicklung von Datenanalyse- und Reportingtools Rechnung getragen. Kernziel der Strategie ist der Ausbau von Paid Content – die Basis für den digitalen Qualitätsjournalismus bei der VRM. Mit der Ausweitung von digitalen Angeboten im Bereich Content werden Ressourcen gespart und Umweltbelastungen reduziert. Gleichzeitig sorgt die größere Reichweite für eine höhere Aufmerksamkeit für wichtige Themen – wie Nachhaltigkeit.

Die digitalen Angebote helfen dabei, der Leserschaft den Wechsel von der analogen Print- in die Digitalwelt zu erleichtern. Mit einer Vermarktungskampagne „Print aus – E-Paper an“ werden Abonnentinnen und Abonnenten attraktive Angebote für einen Wechsel von der klassischen zur digitalen Zeitungsausgabe gemacht. Das E-Paper ist heute mehr als eine 1:1-Abbildung der Tageszeitung. Es enthält eine Vielzahl von Features wie zum Beispiel Prospektdarstellungen, digitale Rätselseiten oder einen Newsticker. Für 2022 verzeichnet die VRM 22.000 E-Paper-Vollabos, was etwa zehn Prozent der Gesamtauflage entspricht.

Neben der klassischen Printausgabe prägen digitale Angebote wie E-Paper und Nachrichtenportale zunehmend das Content-Portfolio der VRM.

# Für 2023 geplante Maßnahmen

ABB 09





# Wir überzeugen als attraktiver Arbeitgeber

Die VRM steigert kontinuierlich die Arbeitgeberattraktivität und setzt in einer sich verändernden Arbeitswelt auf innovative Konzepte. Im Fokus stehen dabei Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz ebenso wie Fairness und Chancengleichheit.



# Kulturwandel durch Prävention, Fairness und Vielfalt

- Die VRM setzt aktiv auf einen Kulturwandel.
- Die VRM fokussiert Präventionsmaßnahmen für die Mitarbeitenden.
- Die VRM setzt sich für Fairness, Chancengleichheit und Vielfalt ein.

Unsere engagierten und qualifizierten Mitarbeitenden sind der entscheidende Erfolgsfaktor für die VRM. Für sie schaffen wir ein wertschätzendes und sicheres Arbeitsumfeld, das vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten bietet und zugleich ein faires Miteinander und Chancengerechtigkeit fördert. Diesen Anspruch erfüllen wir auch unter den Bedingungen einer sich dynamisch verändernden Arbeitswelt: Viele Mitarbeitende der VRM arbeiten mittlerweile auch mobil. Neben der Bewältigung von technischen und organisatorischen Herausforderungen erfordert dies ein neues Verständnis von Führung und Zusammenarbeit. Uns ist es wichtig, dass sich Teams trotz der räumlichen Distanz miteinander und mit der VRM als Arbeitgeber verbunden fühlen und so gemeinsam Ziele erreichen.

Zudem wandelt sich die Einstellung vieler Menschen zum Thema Arbeit. Menschen gehen später in Rente, was neue Anforderungen für den Arbeitsplatz und die Gesundheitsvorsorge mit sich bringt. Die jüngere Generation erwartet mehr Work-Life-Balance und entsprechend angepasste Arbeitszeiten. Das spiegelt sich auch bei der VRM wider in neuen Ansprüchen, auch an Kommunikationsformen, Arbeitgeberangebote, agiles Arbeiten, Vertrauen, Arbeitsmoral oder Leistungsorientierung. Unserer Verantwortung

wollen wir nicht nur durch flexible Arbeitszeitmodelle, moderne Weiterbildungsformate und ein effizientes Gesundheitsmanagement gerecht werden. Besonders wichtig ist uns, die vor uns liegenden Veränderungsprozesse durch einen Kulturwandel zu begleiten, mit dem wir die gemeinsame Identität und Werteorientierung aller VRM-Mitarbeitenden stärken wollen.

## ATTRAKTIVITÄT ALS ARBEITGEBER STETIG STEIGERN

Wir wollen uns in der Region langfristig als attraktiver Arbeitgeber etablieren. Besonders in Zeiten des Fachkräftemangels möchten wir bereichsübergreifend qualifizierte Arbeitskräfte ansprechen und zugleich unsere eigenen Mitarbeitenden binden. Daher planen wir eine Employer-Branding-Kampagne, die wir 2023 konkretisieren und veröffentlichen möchten. Ziel ist es, unsere Reichweite auf verschiedenen Kanälen zu erhöhen und vielfältige und neue Zielgruppen anzusprechen. Wir haben dazu auch unseren Bewerbungsprozess vereinfacht und eine neue Stelle im Bereich Recruiting und Employer Branding geschaffen.

Die VRM ist mit einer kununu-Bewertung von 4,2 bereits auf einem guten Weg zu einer hohen Arbeitgeberattraktivität. Um

KUNUNU-BEWERTUNG

4,2

Unser Ziel für 2024 ist eine Weiterempfehlungsrate von 70 %.



diesen Status weiter auszubauen, haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2024 eine Weiterempfehlungsrate von 70 Prozent auf dieser Bewertungsplattform zu erreichen.

## Mit „New Work“ Zukunft gestalten

Als Schlüssel für eine steigende Arbeitgeberattraktivität sehen wir die Förderung des mobilen Arbeitens, die Verbesserung der Unternehmenskultur durch eine kollegiale und wertschätzende Arbeitsumgebung sowie die Schaffung moderner Arbeitsplätze. Mit der interdisziplinären Arbeitsgruppe „New Work“, die sich im Jahr 2020 gebildet hat, gibt die VRM Antworten auf die sich ständig verändernden Anforderungen der Arbeitswelt. In enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Human Resource Management und der Geschäftsführung hat „New Work“ neue Konzepte entwickelt, die auf den Werten unserer VRM-Dachmarke basieren: Unterstützung, Verbindung, Inspiration und Gestaltung. Hier werden Themen platziert, verarbeitet und bereichsübergreifende Projekte angestoßen und umgesetzt. Unterstützt wird die AG durch die Kulturpaten, welche die Kulturleitlinien als Führungskräfte vorleben und als Bindeglied zwischen der AG und den Mitarbeitenden dienen. Ziel ist es, die angestoßenen Maßnahmen und Strukturänderungen künftig in die täglichen Prozesse bei der VRM zu integrieren.





## Innovative Konzepte für eine moderne Arbeitswelt

**Gemeinsam mit der AG „New Work“** konnten wir im vergangenen Jahr weitere Mitarbeiterangebote umsetzen, wie beispielsweise die Einführung von kostenlosem Wasser an allen Standorten, die Erweiterung von E-Learning-Angeboten und die Schaffung flexibler Arbeitsbedingungen durch eine Betriebsvereinbarung zum mobilen Arbeiten.

Zusätzlich haben wir ein Pilotprojekt für offene Raumkonzepte gestartet, um unsere Arbeitsumgebung weiter zu optimieren. So haben wir am Hauptstandort in Mainz ein offenes Raumkonzept für die Business-to-Business-Vermarktung entwickelt, das den Austausch in der Gruppe ebenso wie Rückzugsmöglichkeiten für konzentriertes Arbeiten bietet. Eine moderne

Coworking-Fläche mit offener Gestaltung und hybriden Besprechungsräumen steht dort allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Auch unseren Kreativraum haben wir dort neu gestaltet.

Im Rahmen unserer Förderung des mobilen Arbeitens haben wir zudem die Umstellung von 1.200 Arbeitsplätzen auf Notebooks durchgeführt, um unseren Mitarbeitenden eine bessere Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf zu ermöglichen.

Für IT-Sicherheit sorgen unter anderem verschlüsselte Festplatten, gesperrte USB-Ports und 2-Faktor-Authentifizierung. Sicherheitslücken werden 7×24 Stunden in Echtzeit überprüft. Unser Helpdesk steht Mitarbeitenden zur Verfügung und bearbeitet pro Monat ca. 1.000 Anfragen.

Mit neu etablierten After-Work-Events fördern wir zusätzlich die Vernetzung und den Austausch unter Mitarbeitenden, unabhängig von der Hierarchie. Wir bilden fortlaufend ca. 36 Azubis aus und beschäftigen eine/n dual Studierende/n sowie 35 Volontäre.



Überdies bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, über uns ihr Wunschrad als Jobrad zu beziehen. Am Standort Mainz-Marienborn können Mitarbeitende eine neue Servicestation mit Werkzeug am Fahrradunterstand kostenlos nutzen. Über 180 zufriedene Kolleginnen und Kollegen nutzen inzwischen dieses Angebot.



## E-Learning und modernes Onboarding

Bei der Entwicklung unserer Mitarbeitenden messen wir der Qualifizierung und Weiterbildung einen hohen Stellenwert zu. Um ihnen eine breite Palette an E-Training-Programmen zugänglich zu machen, haben wir mit „VRM lernt“ eine digitale Plattform geschaffen. Dafür haben wir auch eine zusätzliche Mitarbeiterkapazität im Bereich „Human Resources Learning & Development“ geschaffen, um Weiterbildungen für alle Mitarbeitenden zu ermöglichen.

Darüber hinaus haben wir unseren Onboarding-Prozess optimiert und das VRM-Buddy-Programm eingeführt, um die Integration neuer Beschäftigter zu verbessern. Jedem neuen Mitarbeitenden wird ein erfahrener Buddy an die Seite gestellt, der oder die bei Themen wie Umgangsformen und Netzwerkaufbau unterstützt. Das Programm dauert drei Monate und kann danach freiwillig fortgesetzt werden, um die Integration und das Gemeinschaftsgefühl im Unternehmen zu stärken. Zusätzlich haben wir den eintägigen „VRM Welcome Day“ ins Leben gerufen, der neuen Mitarbeitenden einen umfassenden Einblick in unsere Verlagsgruppe bietet, etwa in Bezug auf die „VRM-lernt“-Plattform oder die Themen digitaler Journalismus, Kulturleitlinien und Unternehmensentwicklung.



## GESUNDER UND SICHERER ARBEITSPLATZ

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden sind uns ein besonderes Anliegen. Im Mittelpunkt unserer Aktivitäten steht daher die Prävention von Risiken und Gefährdungssituationen. So wollen wir unserem Ziel näherkommen, dauerhaft eine Krankenstandsquote zu erreichen, die um zehn Prozent unter dem GKV-Durchschnittswert liegt.

Unsere betriebsärztlichen Sprechstunden umfassen Vorsorgeuntersuchungen zur Bildschirmarbeit, Beratung zur Arbeitsplatzergonomie und Impfungen gegen Influenza und Corona. Ein Bildschirmbrillen-Zuschuss sowie bei Bedarf höhenverstellbare Schreibtische sind weitere Angebote, die wir unseren Mitarbeitenden zur Verfügung stellen.

Digitale E-Trainings zur Stressbewältigung, Resilienz und Rückentraining sind zudem seit Anfang 2022 nutzbar. Unser Dienstleister für die Gesundheitsvorsorge und Arbeitssicherheit ist der BAD (Berufsgenossenschaftlicher Arbeitsmedizinischer Dienst) mit Sitz in Bonn. Dieser stellt die betriebsärztliche Betreuung und die Fachkraft für Arbeitssicherheit für die VRM zur Verfügung.

Im Jahr 2022 haben wir allen Mitarbeitenden ein VRM-eigenes E-Training angeboten, um die gesundheitsförderliche Gestaltung der mobilen Arbeit zu unterstützen. Schwerpunkte waren Arbeitsplatzergonomie, Selbstmanagement, Wohlbefinden und hybride Zusammenarbeit. Während der Corona-Krise hat unser Pandemiestab in den VRM-Räumlichkeiten für einen hohen Schutz unserer Mitarbeitenden gesorgt.



**ZIEL:**  
Beschäftigte  
**10%**  
seltener krank als im  
GKV-Durchschnitt.





## Gesundheitstag und Fitnessangebote

Wir bieten Yoga-Angebote am Hauptstandort und Massagen in Wetzlar und Mainz. Unsere Mitarbeitenden haben zudem über vergünstigte Firmenfitnessangebote Zugang zu verschiedenen Sportangeboten.



Im Jahr 2023 plant die VRM eine Gesundheitswoche, die virtuelle und Präsenzangebote an verschiedenen Standorten zu Bewegung, Ernährung und Entspannung sowie Gesundheits-Screenings, Informationsstände und Mitmachaktionen umfasst. Die jährliche Initiative zielt darauf ab, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu fördern und wird in Zusammenarbeit mit der Barmer Krankenkasse und den Betriebsräten von VRM und Echo organisiert. Zudem evaluieren wir Ende 2023 das Essensangebot im Betriebsrestaurant am Hauptstandort, um die Ernährung unserer Mitarbeitenden noch gesundheitsorientierter zu gestalten.



## FAIRNESS UND CHANCENGLEICHHEIT FÜR ALLE

Fairness und die Förderung von Chancengerechtigkeit und Vielfalt sind wesentliche Nachhaltigkeitsthemen für die VRM. Dabei handeln wir sowohl aus gesellschaftlicher Verantwortung als auch aus dem Wissen heraus, dass wir mit einer diversifizierten und inklusiven Belegschaft noch erfolgreicher sein werden. Unternehmen, welche die unterschiedlichen Talente und Fähigkeiten ihrer Mitarbeitenden fördern, haben oft ein höheres Maß an Kreativität, Innovationskraft und Problemlösungsfähigkeiten, da verschiedene Perspektiven und Erfahrungen in den Entscheidungsprozess einfließen können. Dies kann langfristig zur Verbesserung der VRM beitragen und ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.

Unsere Unternehmenskultur beruht auf Fairness und Chancengleichheit, unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft oder Beeinträchtigungen. Wir schätzen die Vielfalt von Ideen und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden und setzen uns aktiv für eine gleichberechtigte Zusammenarbeit in allen Bereichen der VRM ein. Dabei berücksichtigen wir die Bedürfnisse einzelner Zielgruppen und fördern die Fähigkeit unserer Beschäftigten, sich bei Veränderungsprozessen einzubringen. Darüber hinaus unterstützen wir sie durch gezielte Maßnahmen wie dem Business-Mentorinnen-Programm. Um Führungskräfte in ihrer Rolle zu stärken, bieten wir seit 2023 professionelle Coachings bei externen Anbietern an. Zudem werden wir im kommenden Berichtsjahr eine Analyse demografisch oder sozial bedingter Ungleichgewichte (Gap-Analyse) in der Zusammensetzung unserer Belegschaft vornehmen und bei Bedarf geeignete Gegenmaßnahmen auf den Weg bringen.

### Kulturleitlinien geben Orientierung für respektvolles Miteinander

Die AG „New Work“ hat 2022 VRM-Kulturleitlinien entwickelt, die allen Mitarbeitenden als Orientierung dienen und eine gemeinsame Identität schaffen. Tafeln an unseren Standorten präsentieren diese Leitlinien und erinnern uns an ein wertschätzendes Miteinander.

### Diese Leitlinien lauten:

- Wir leben ein wertschätzendes Miteinander, Kollegialität und Loyalität, unabhängig von Funktion, Standort, Generation, Geschlecht und Herkunft.
- Wir treiben digitale, strukturelle sowie kulturelle Veränderungen voran und sind neuen Ideen, Arbeitsweisen und Technologien gegenüber aufgeschlossen.
- Wir vertrauen in die Expertise und Motivation unserer Kolleginnen und Kollegen und erreichen gemeinsam und ergebnisorientiert unsere Ziele.
- Wir haben keine Angst vor Fehlern und bewerten Fehlschläge als Teil der Lösung einer lernenden Organisation.
- Wir respektieren individuelle Bedürfnisse, fördern Talente und schaffen Raum für die Entwicklung von Kompetenzen.
- Wir hinterfragen jeden Tag den Status quo, bringen eigene Perspektiven sowie kreative Lösungen mutig ein und übernehmen Verantwortung.
- Wir geben konstruktiv Feedback und fordern dieses ein, Lob und Anerkennung sprechen wir aus.
- Wir interagieren persönlich, transparent und schnell – Wissen, Informationen und Fähigkeiten teilen wir.

Unsere jährliche Kulturmessung erfasst den Stand bei der Umsetzung unserer Leitlinien und ermöglicht es uns, die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden mit der VRM als Arbeitgeber zu messen. Die Ergebnisse veröffentlichen wir in unserem Intranet „VRme“.





## Mobiles Arbeiten

**MIRIAM BÖTTNER**

HEAD OF HUMAN RESOURCE  
MANAGEMENT

**Wie wichtig ist der VRM mobiles Arbeiten? Und welche Gründe nennen Beschäftigte besonders häufig, wenn sie dies in Anspruch nehmen?**

**M. B.** Der VRM ist es wichtig, mobiles Arbeiten anzubieten. Mobiles Arbeiten gehört in der heutigen Arbeitswelt zu einem notwendigen Angebot an Mitarbeitende. Beschäftigte nennen als Gründe häufig bessere Vereinbarkeit mit Familie und Freizeit, Reduktion von Fahrzeiten und -kosten sowie bessere Konzentrationsfähigkeit, da weniger Ablenkung.

**In welchem Rahmen findet mobiles Arbeiten bei der VRM statt?**

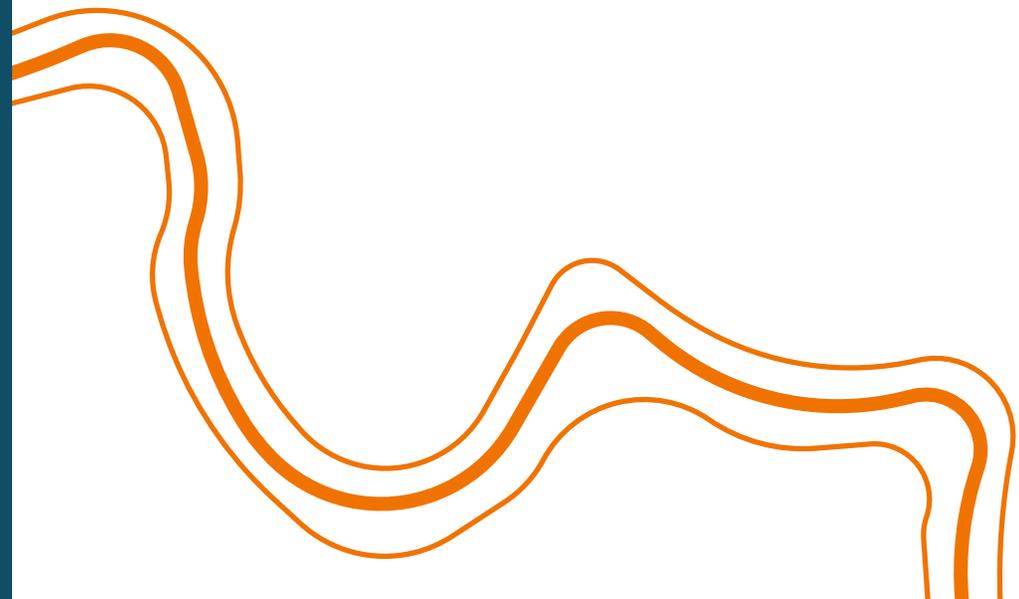
**M. B.** Mobiles Arbeiten findet in Abstimmung zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden statt. Es gibt verschiedene Betriebsvereinbarungen zum Thema mobile Arbeit. Hier ist die Grenze bei 100 Prozent mobiler Arbeit, die einer Ausnahmegenehmigung bedarf. Mobiles Arbeiten soll in diesem Modus beibehalten werden. Die Nachfrage dazu ist nicht gestiegen. Der Anteil derjenigen, die mobil arbeiten könnten, ist in den Verwaltungsbereichen sehr hoch. Es findet keine Messung statt, wie hoch der Anteil in Präsenz bzw. im Homeoffice bei der VRM ist. In der Zeitungsproduktion bzw. der Zustellung ist keine mobile Arbeit möglich.

**Wie wirkt sich mobiles Arbeiten auf Beschäftigte und die VRM aus?**

**M. B.** Mitarbeitende nehmen hybrides Arbeiten heutzutage als Grundvoraussetzung wahr. Auf die Bindung wirkt es sich somit nicht positiv aus. Ein hoher Anteil hybrider Arbeit reduziert tendenziell eher die Bindung an ein Unternehmen. Auswirkungen auf die Produktivität konnten wir bislang keine ausmachen. Es wird jedoch deutlich, dass mobile oder hybride Zusammenarbeit andere Arten der Kommunikation erfordert. Vor allem Führungskräfte sind beim „Führen auf Distanz“ gefordert.

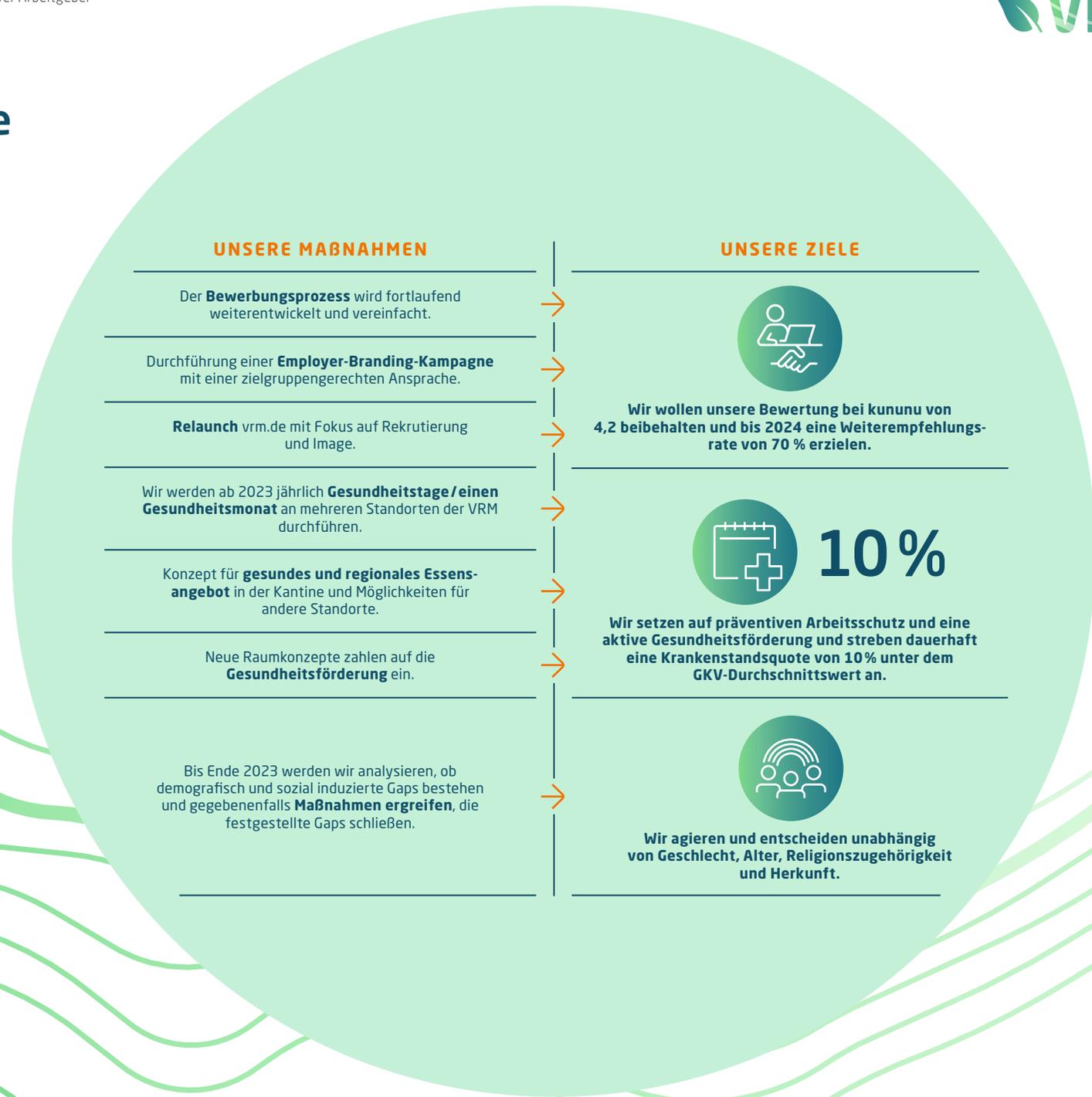
**Unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht werden**

Bei uns ist eine gewählte Schwerbehindertenvertretung sowie eine Vertrauensperson aktiv, die schwerbehinderte Menschen bei der Eingliederung in den Betrieb unterstützt und deren Interessen vertritt. Wir haben auch Maßnahmen ergriffen, um gegen „Hate Speech“ vorzugehen und bieten Unterstützung durch unsere Rechtsabteilung an. Unsere virtuellen Mitarbeiter-Netzwerke, die wir für Eltern in der VRM geschaffen haben, helfen zusätzlich, Erfahrungen und Anliegen auszutauschen. Mit den flexiblen Arbeitszeitmodellen wollen wir den individuellen Lebensumständen unserer Mitarbeitenden gerecht werden. Besonderes Augenmerk legen wir auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Dazu gehört auch die Unterstützung unserer Führungskräfte, in sogenannten Shared-Arbeitsmodellen zu arbeiten und Verantwortung zu teilen. Zudem wollen wir eine gleichberechtigte Zusammenarbeit von Frauen und Männern auf allen Ebenen der VRM gewährleisten.



# Für 2023 geplante Maßnahmen

ABB 11



# Wir gehen achtsam mit den natürlichen Ressourcen um



**-30%**

Energieverbrauch durch modernes Druckzentrum in Rüsselsheim

Wir wollen Treibhausgasemissionen und Ressourcenverbrauch der VRM senken. Auf Basis einer CO<sub>2</sub>-Bilanz haben wir Klimaschutzziele formuliert und Maßnahmen initiiert. Im Fokus steht dabei eine höhere Energieeffizienz, der Einsatz erneuerbarer Energien und die beschleunigte Digitalisierung.



# Verantwortung für Klima und Umwelt

- **Transparenz zu Treibhausgasemissionen hergestellt**
- **Verbindliche Klimaschutzziele verabschiedet**
- **Betriebliche Prozesse ressourceneffizient gestaltet**

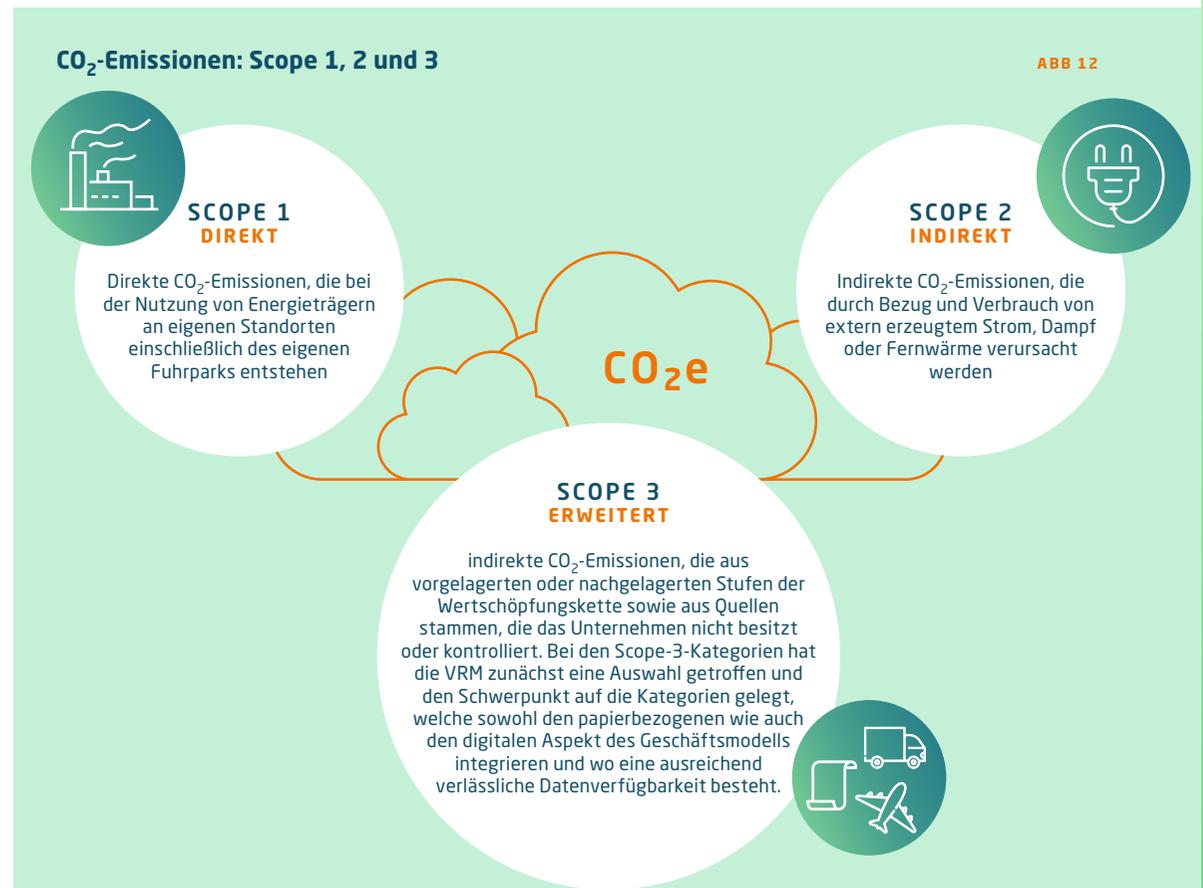
Die VRM bekennt sich zu ihrer Verantwortung für den Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen. Diese Verantwortung leiten wir aus dem Wissen ab, dass unser unternehmerisches Handeln mit Auswirkungen auf Umwelt und Klima verbunden ist. So beruht unser Geschäftsmodell noch zu großen Teilen auf der Nutzung von Papier, das in energieintensiven Prozessen hergestellt und in Druckereien für die Produktion von Zeitungen und anderen Medienzeugnissen verarbeitet wird, die zu den Kunden transportiert werden müssen.

Den damit verbundenen Ressourcenverbrauch wollen wir in den kommenden Jahren ebenso deutlich senken, ebenso die von uns verursachten Treibhausgasemissionen. Hier kommt es darauf an, die für uns verfügbaren Potenziale zu analysieren und zu nutzen. Wir gehen diesen Weg nicht nur, weil die gesetzlichen Regulierungen im Klimaschutz verschärft werden und die Erwartungen der Stakeholder an uns als Unternehmen steigen. Wir betrachten den Klimaschutz auch als Schlüssel zur Transformation unseres Unternehmens und wollen mit Investitionen in emissionsarme und digitale Technologien unsere Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit stärken.

Bei unserem Engagement für mehr Klimaschutz ist uns Transparenz und Messbarkeit besonders wichtig. Deshalb haben wir in den zurückliegenden Monaten nicht nur den Carbon Footprint der VRM erhoben, sondern auch konkrete Ziele und Maßnahmen für die kommenden Jahre festgelegt, um die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Für die Umsetzung unserer Strategie setzen wir sowohl auf den engen Schulterschluss mit unserer Branche, die das Thema mit zahlreichen Initiativen vorantreibt, als auch mit unseren Zulieferern, die uns mit nachhaltigen Innovationen unterstützen.

## CO<sub>2</sub>-FUßABDRUCK ALS BASIS DER KLIMASCHUTZSTRATEGIE

Mit der Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz – dem Carbon Footprint der VRM – verfügen wir erstmals über die notwendige Datengrundlage, um die wichtigsten Hebel zum Klimaschutz zu erkennen und eine entsprechende Strategie mit zielgenauen Maßnahmen verfolgen zu können. Die mit externer Unterstützung durchgeführte Berechnung erfolgte nach der anerkannten Methodik des Greenhouse Gas Protocol (GHG) auf Basis der Emissionswerte der erhobenen Ressourcenverbräuche sowie unter Nutzung von Datenbanken bzw. Leitfäden von Organisationen und Institutionen. Der Carbon Footprint bezieht sich dabei auf:



Für die VRM ergibt sich hinsichtlich des Zeitraums von 2019–2022 folgendes Bild:

### CO<sub>2</sub>-Emissionen - alle Scopes

TAB 02

Emissionen in t CO<sub>2</sub>

	2022	2021	2020	2019
Scope 1	1.035,6	1.135,0	965,1	1.283,8
Scope 2	778,6	1.123,0	1.015,2	1.545,1
<b>Summe Scope 1 und 2</b>	<b>1.814,2</b>	<b>2.258,0</b>	<b>1.980,3</b>	<b>2.828,9</b>
Scope 3	15.667,5	16.918,7	17.961,7	17.841,9
<b>Gesamt-Emissionen</b>	<b>17.481,7</b>	<b>19.176,7</b>	<b>19.942,0</b>	<b>20.670,8</b>

### CO<sub>2</sub>-Emissionen - Scope 1

TAB 03

Emissionen in t CO<sub>2</sub>

	2022	2021	2020	2019
Heizung	551,0 <sup>3)</sup>	718,1 <sup>2)</sup>	462,2 <sup>1)</sup>	694,9 <sup>1)</sup>
Fuhrpark	484,6	416,9	500,2	585,0
Flurförderfahrzeuge <sup>4)</sup>	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Summe Scope 1</b>	<b>1.035,6</b>	<b>1.135,0</b>	<b>962,4</b>	<b>1.279,9</b>

<sup>1)</sup> ohne Gladbach, Idstein, Lauterbach, Mainz (Redaktion), Mainz (GDH), Oppenheim, Rüsselsheim (Redaktion, ZVG), Weilburg, Wiesbaden, EM, 2019 ohne Alsfeld, Fehler ca. 7 % (abgeschätzt auf Basis der Bürofläche)

<sup>2)</sup> ohne Dillenburg Logistik, Gladbach, Idstein, Lauterbach, Mainz, Mainz (Redaktion), Mainz (GDH), Nieder-Olm, Oppenheim, Rüsselsheim (Redaktion, ZVG), Weilburg, Wiesbaden, Wiesbaden (ZVG), EM; für Darmstadt lag noch keine Abrechnung vor, es wurde der Wert 2020 verwendet, Fehler ca. 7,5 % (abgeschätzt auf Basis der Bürofläche)

<sup>3)</sup> Für die Standorte, bei denen noch keine Abrechnung 2022 vorlag, wurde der Verbrauch 2021 angesetzt (entspricht ca. 7,5 % der Fläche), wesentliche Einsparungen durch geänderte Nutzung u./o. Heizverhalten wurden an folgenden Standorten erzielt: VRM Druck: Heizung war komplett ausgeschaltet von Juni bis Oktober, Wetzlar: Produktionsverlagerung nach Rüsselsheim (Zeitungen ab September 2021, Anzeigenblätter April 2022), Umzüge vom Alt- in den Neubau, um weniger Flächen heizen zu müssen, Drosselung der Vorlauftemperatur; Weilburg: Minderung der Fläche, weniger Mitarbeitende

<sup>4)</sup> Die Flurförderfahrzeuge werden nicht gesondert ausgewiesen. Der Strombedarf ist im allg. Strombezug (s. Scope2) enthalten.

### CO<sub>2</sub>-Emissionen - Scope 2

TAB 04

Emissionen in t CO<sub>2</sub>

	2022	2021	2020	2019
Strom <sup>1)</sup>	692,5 <sup>3)</sup>	991,1 <sup>4)</sup>	901,9 <sup>1)</sup>	1.433,3 <sup>1)</sup>
Fernwärme	86,1 <sup>5)</sup>	131,9 <sup>4)</sup>	113,3	111,8
<b>Summe Scope 2</b>	<b>778,6</b>	<b>1.123,0</b>	<b>1.015,2</b>	<b>1545,1</b>

<sup>1)</sup> ohne Idstein, Mainz (GDH), Oppenheim, Fehler < 2 % (abgeschätzt auf Basis der Bürofläche)

<sup>2)</sup> ohne Dillenburg (Logistik MH), Mainz (GDH), Oppenheim, Nieder-Olm, MPM, < 2 % (abgeschätzt auf Basis der Bürofläche)

<sup>3)</sup> ohne Dillenburg (Logistik MH), Mainz (GDH), Oppenheim, Nieder-Olm, Rüsselsheim (Redaktion, ZVG) MPM, EM < 2 % (abgeschätzt auf Basis der Bürofläche). In Wetzlar gibt es eine deutliche Reduzierung des Stromverbrauchs aufgrund der Verlagerung der Produktion nach Rüsselsheim.

<sup>4)</sup> ohne Wiesbaden (ZVG), Fehler < 1 % (abgeschätzt anhand der Verbräuche 2020)

<sup>5)</sup> Aufgrund eines geänderten Heizverhaltens konnten am Standort Mainz erhebliche Einsparungen erzielt werden.

### CO<sub>2</sub>-Emissionen - Scope 3 (ausgewählte Kategorien)

TAB 05

Emissionen in t CO<sub>2</sub>

	2022	2021	2020	2019
1. Einge kaufte Güter und Dienstleistungen (Papier, Farbe und Druckplatten) <sup>1)</sup>	12.897,6	13.527,6	14.485,5	13.979,9
4. Transport und Verteilung (vorgelagert) (Papier, Farbe und Druckplatten)	297,9	489,7	542,3	440,5
6. Geschäftsreisen <sup>2)</sup>	169,7	168,8	197,7	343,9
9. Transport und Verteilung (nachgelagert) (Altpapierlogistik, Distribution Zeitungen, Zusteller)	1.964,0	2.410,4	2.417,9	2.778,8
11. Nutzung der verkauften Produkte (Digital)	65,5	39,2	20,2	5,4
12. Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende (Print) <sup>3)</sup>	272,8	283,1	298,1	293,4
<b>Summe Scope 3</b>	<b>15.667,5</b>	<b>16.918,8</b>	<b>17.961,7</b>	<b>17.841,9</b>

<sup>1)</sup> Die Angaben für Papier und Druckplatte erfolgt in t CO<sub>2</sub>e, die Angabe für Farbe in t CO<sub>2</sub>e.

<sup>2)</sup> Emissionen aus Bahnreisen sind mit 0 angesetzt worden, da die DB im Fernverkehr mit Ökostrom fährt.

<sup>3)</sup> Die Angabe erfolgt in CO<sub>2</sub>e.

Deutlich wird, dass die Scope-3-Emissionen den weitaus größten Anteil des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes der VRM-Geschäftsaktivitäten ausmachen. Zu den wesentlichen Treibern zählen mit rund 13.000 t pro Jahr (2022) die eingekauften Güter und Dienstleistungen wie Papier, Farbe und Druckplatten sowie mit ca. 2.000 t pro Jahr (2022) der Transport und die Verteilung der VRM-Erzeugnisse.

Bei Scope 1, 2 und 3 ergeben sich für den Untersuchungszeitraum eine Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen. In Scope 1 können dafür ein allgemein verringerter Verbrauch an Heizenergie sowie Flächenreduzierungen in den Gebäuden und in Scope 2 ein sinkender Stromverbrauch am Standort Wetzlar als Ursachen angesehen werden. In Scope 3 sorgten wegfallende Papierlieferungen aus Russland, veränderte Zustellformate und ein Rückgang bei Geschäftsreisen für entsprechende Emissionsminderungen.

### Ambitionierte Ziele und Maßnahmen festgelegt

Die erstmalige CO<sub>2</sub>-Bilanzierung hat die VRM als Basis für die Erarbeitung einer Klima- und Umweltschutzstrategie genutzt, die sie mit ambitionierten Zielen und konkreten Maßnahmen verknüpft hat. So will das Unternehmen bis zum 1. Januar 2026 in den Bereichen Scope 1 und 2 klimaneutral sein. Dieses Ziel soll im Wesentlichen durch eine Reduzierung des Heizenergieverbrauchs, emissionsarme Mobilitätslösungen, die Umstellung auf eine regenerative Stromversorgung und die effizienzorientierte Umrüstung auf LED-Beleuchtungen erreicht werden. Für den Scope 3-Bereich, der mit wesentlich höheren Herausforderungen in puncto CO<sub>2</sub>-Reduzierung verbunden ist, will das Unternehmen bis 2024 eine eigene Zielsetzung und Strategie für den Klimaschutz erarbeiten, die ab 2025 greifen soll. Bereits im Vorfeld sollen hier mit der Optimierung von Logistikprozessen die Weichen gestellt werden. Für die genannten Zielstellungen und Prozesse tragen bei der VRM insbesondere das Gebäudemanagement, das Druckzentrum Rüsselsheim, der Fuhrpark und die Logistik die Verantwortung.

Als wichtiger Impulsgeber für die strategische Weiterentwicklung unserer Klimaschutzaktivitäten dient uns der Stakeholder-Austausch innerhalb des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter (BVDA). So hat der BVDA das Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) mit einer Studie zu Nachhaltigkeitspotenzialen der Anzeigenblattbranche beauftragt. Ziel war es, Potenziale zur Treibhausgasreduzierung in den einzelnen Lebenszyklusabschnitten der Wochenblätter zu untersuchen und auf die Umsetzbarkeit zu prüfen. Zudem hat der BVDA eine eigene Klimainitiative ins Leben gerufen, die sich das Ziel von klimaneutral produzierten Wochenblättern auf die Fahne geschrieben hat.

Für die Umsetzung ihrer ambitionierten Strategie zum Schutz von Klima und Umwelt kann die VRM bereits auf Erfahrungen aus vielen Initiativen und Projekten bauen, in deren Mittelpunkt die Schonung von Ressourcen steht.

WESENTLICHER TREIBER:  
**13.000 t**  
CO<sub>2</sub>-Ausstoß für Papier, Farbe und Druckplatten

## Ressourceneffizienz bei VRM Druck in Rüsselsheim

Der Schlüssel zu Effizienzgewinnen liegt hier insbesondere in innovativen Lösungen bei der Gebäudetechnik und Energieversorgung. So wird die bei der Drucklufterzeugung anfallende Abwärme in das Wärmeversorgungssystem eingespeist und über Pufferspeicher bedarfsgeführt an die Warmwasserbereitung und die Raumheizsysteme abgegeben. Für die aus Lärm- und Schutzgründen geschlossene Versandstraße wird eine natürliche Lüftung und Kühlung über optimierte Luftdurchlässe an den Lichtbändern ohne Energie- und Anlagenaufwand realisiert. Alle raumlufttechnischen Geräte mit Heizfunktion sind mit Energierückgewinnungssystemen ausgestattet, die je nach Außentemperatur eine Wärme- oder Kälteübertragung aus der Abluft ermöglichen. Die Kühlanlagen sind auf die

Erschließung des Kältepotenzials der Außenluft sowie zur Effizienzsteigerung aller Systemkomponenten hin optimiert.

Zur Verringerung des Stromverbrauchs tragen nicht nur energieeffiziente Leuchtmittel in Form von Leuchtstoffröhren und -lampen mit elektronischen Vorschaltgeräten und LED-Technik bei. Bei der architektonischen Gestaltung wurde durch eine entsprechende Fassadengestaltung und Dacheinschnitte auch besonderer Wert auf die Nutzung von Tageslicht gelegt. Auf den Dachflächen des Gebäudes wurde zudem eine Photovoltaikanlage installiert, die einen jährlichen Ertrag von ca. 700.000 kWh liefert.

Die VRM nutzt in ihrem Druckzentrum Zeitungspapier, das zu über 90 Prozent aus Recyclingmaterial hergestellt wird. Der Energieaufwand bei der Produktion von Recyclingpapier ist um etwa zwei Drittel geringer als bei der Herstellung von neuem Papier aus Holz (Frischfaserpapier). Der Verbrauch an Wasser beträgt nur 15 Prozent und die Gewässerbelastung nur etwa 5 Prozent der Werte, die bei der Neuproduktion von Papier entstehen. Zudem muss nur etwa ein Siebtel der Bäume gefällt werden, wenn stattdessen auf Recyclingpapier zurückgegriffen wird. Damit leistet das Papierrecycling einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz.



## »Energieeffizient und klimafreundlich drucken.«

**MARTIN KÜMMERLING**  
GESCHÄFTSFÜHRER VRM DRUCK

### Welche Rolle spielt das moderne Druckzentrum in Rüsselsheim bei der VRM?

**M. K.** Wir sorgen mit innovativer und leistungsstarker Technik für eine reibungslose Abwicklung von Aufträgen auf qualitativ hohem Niveau. Nacht für Nacht werden über 210.000 Tageszeitungen für die Rhein-Main-Region gedruckt, dazu gehören alle Tageszeitungen der VRM und rund 100 Titel von fast 60 Fremdverlagen. Hinzu kommt der Druck von über einer Million Anzeigenblätter pro Woche.

### Wie energieeffizient arbeitet die Anlage?

**M. K.** Die Produktionsstätte, die als Neubau errichtet wurde, löste vor einigen Jahren zwei ältere Druckzentren der VRM ab. Bei der Gebäudekonstruktion und der Neugestaltung der betrieblichen Prozesse haben wir besonders auf Energieeffizienz geachtet, vor allem im Hinblick auf Wärmeversorgung, Kühlung und Beleuchtung. Der Energieverbrauch konnte im Vergleich zu den beiden alten Druckhäusern um rund 30 Prozent gesenkt werden, obwohl die Leistung des Druckzentrums etwa 20 Prozent über der der Altanlagen liegt.

### Wird auch auf erneuerbare Energiequellen zurückgegriffen?

**M. K.** Das haben wir bei der Umsetzung des architektonischen Gebäudeentwurfs gleich mit berücksichtigt. Mit den nach Süden ausgerichteten und geneigten Dachflächen wurden ideale Voraussetzungen für die Installation einer Photovoltaikanlage geschaffen, die dort auch realisiert worden ist.



## EINKAUF ÖKOLOGISCHER AUSRICHTEN

Bei der Entscheidung über die Beauftragung von Lieferanten richtet sich die VRM an verschiedenen Kriterien aus, wie etwa Preis, Lieferzeitraum und Zuverlässigkeit. Zukünftig wird der Fokus mehr auf die Auswahl von regionalen Anbietern gelegt, um lange Anfahrtswege zu vermeiden und so die Umwelt zu schonen. Werden bei den sonstigen Auswahlkriterien keine markanten Unterschiede zwischen Zulieferern festgestellt, soll ein regionaler Anbieter für die Beschaffung bevorzugt werden. Dabei gilt der Vorbehalt der Budgetverantwortung des jeweiligen Fachbereichs, der die finale Lieferantenauswahl trifft.

Die Beschaffung des internen Bürobedarfs erfolgt bei der VRM über einen Online-Büromittelshop. Bei der Produktauswahl werden Hersteller mit nachhaltiger Orientierung bevorzugt, die dies etwa mit Umweltzertifikaten wie dem „Blauen Engel“ nachweisen müssen. Dieses Produktportfolio soll künftig weiter ausgebaut werden. Zudem ist im Online-Shop ein Mindestbestellwert in Höhe von 20 Euro hinterlegt, um unsere Mitarbeitenden zu Sammelbestellungen zu veranlassen und Kleinstlieferungen zu vermeiden.

## TRANSFORMATION IN RICHTUNG EMISSIONSARME LOGISTIK

Angesichts des hohen Anteils von Transport und Logistik an den Treibhausgasemissionen der VRM verstärken wir unsere Anstrengungen für eine klimaschonende und effiziente Mobilität. Grundlage dafür ist maximale Transparenz: Über ein Geoinformationssystem (GIS) können alle Wegstrecken in der Zustellung ermittelt und mit unterschiedlichen Zustellfaktoren (z. B. Zustellung zu Fuß, per Pkw etc.) versehen werden. Für die Auslieferung per Spedition ist es möglich, die ermittelte Wegstrecke je Tour dem Dienstleistungsvertrag zu entnehmen. Alternativ sind über das Tool „MultiRoute Tour“ auch tagesaktuelle Berechnungen möglich. Die so ermittelten Daten können für eine Bewertung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes herangezogen werden.

Effizienzsteigerungen können vor allem über die beschleunigte Digitalisierung unserer Logistikkette erzielt werden. Über die Anwendung „LogiGo“ wird zunächst die Digitalisierung des Bereichs Auslieferung per Speditionen vorangetrieben, perspektivisch wird auch der Bereich Zustellung integriert. „LogiGo“ ermöglicht ferner die Abbildung der Prozesse im Bereich Backoffice zur Steuerung der Tourdaten, in der Lagerplatzverwaltung, bei der Auslieferung der Touren sowie in der Verwaltung der Palettenkonten. Über eine hybride Zustellung werden neue Objekte weitestgehend in den bestehenden Zustellprozess eingebunden, d. h. der Zusteller nimmt keine Exklusivzustellung für neue Objekte vor. Dies spart Wegstrecken und Emissionen ein.

## ABFALLMANAGEMENT UNTERNEHMENSWEIT ETABLIERT

Das Engagement für die Umwelt schließt bei der VRM auch den verantwortungsbewussten Umgang mit Abfall und Reststoffen ein. In den Bürogebäuden erfolgt eine Trennung der Abfallströme nach Plastik, Bio, Papier, Restmüll, Glas, Zeitungen, Karton, Holz, Metall, Akkus und Batterien. Dafür wurden im Jahr 2022 Abfallbehälter an zentralen Sammelstellen aufgestellt, womit sich der Leerungsaufwand gegenüber der Variante mit vielen Abfallbehältern in den jeweiligen Büros verringert. An



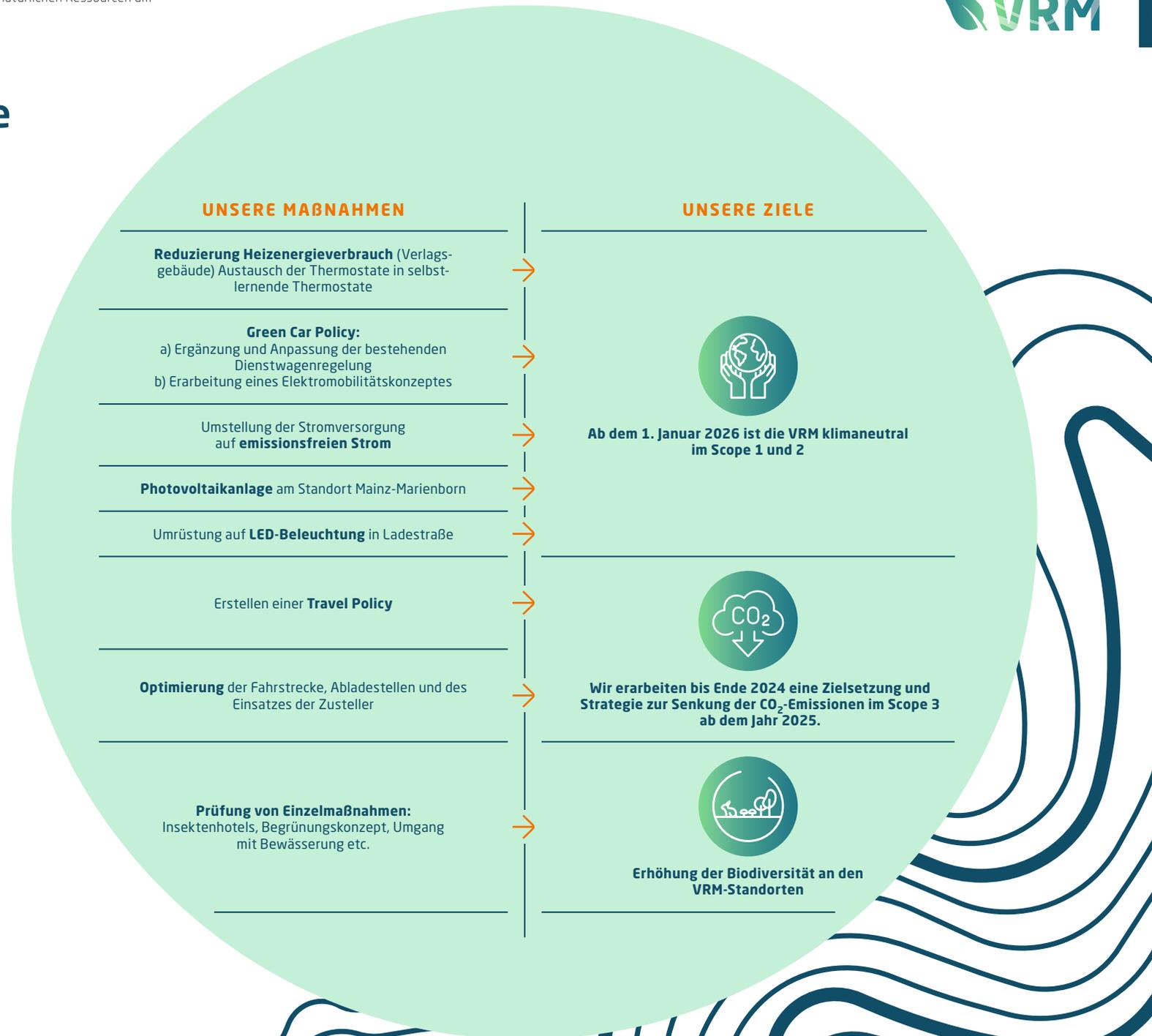
den gewerblichen Standorten der VRM werden nach den gesetzlichen Vorgaben die Abfälle nach Abfallart, Gewicht sowie Entsorgungsweg detailliert erfasst.

## KUNDEN ZUM UMWELT-ENGAGEMENT MOTIVIEREN

Wir haben einen Aufruf an unsere Kunden mit Abonnement gestartet, den monatlichen Rechnungsversand von der gedruckten Variante per Postzustellung auf einen E-Mail-Versand umzustellen und damit Papier zu sparen. Für jede fünfte Umstellung lässt die VRM einen Baum in heimischen Wäldern pflanzen. „Planet Tree“ ist bei der Aktion Kooperationspartner. Die Organisation, die mit HessenForst und Kommunalforsten zusammenarbeitet, garantiert die Pflanzaktion in solchen Wäldern, die besonders unter Dürreperioden und Borkenkäferplagen der vergangenen Jahre leiden.

# Für 2023 geplante Maßnahmen

ABB 13



# Über diesen Bericht

Hiermit legen wir den ersten Nachhaltigkeitsbericht der VRM vor. Darin informieren wir über die geschaffenen strategischen Grundlagen, die darauf abgestimmten Maßnahmen und Kennzahlen sowie die aufgestellten Ziele. Der Bericht bezieht sich maßgeblich auf das Jahr 2022 und erläutert Perspektiven für den Zeitraum ab 2023. Vereinzelt wird auch auf Daten und Informationen aus der Zeit vor 2022 Bezug genommen, vor allem, wenn über Jahresvergleiche längerfristige Entwicklungen kenntlich gemacht werden sollen, so etwa beim Carbon Footprint der VRM.

Der Aufbau des Nachhaltigkeitsberichts orientiert sich neben grundsätzlichen Angaben zu Profil, Strategie und Management an vier ausgewählten Handlungsfeldern. Eine Wesentlichkeitsmatrix gibt dabei über die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen Auskunft, welche die VRM in einem Analyseprozess unter Berücksichtigung der Auswirkungen des Unternehmenshandelns und der Erwartungen der Stakeholder identifiziert hat.

Dieser Erstbericht orientiert sich grundsätzlich an etablierten Reportingregeln, verzichtet aber noch auf die Erfüllung eines bestimmten Standards. Parallel hat die VRM eine Erklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex veröffentlicht: [🌐 \*\*HTTPS://WWW.DEUTSCHER-NACHHALTIGKEITSKODEX.DE/\*\*](https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/). Für die kommenden Berichtsveröffentlichungen strebt die VRM eine Orientierung an der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der Europäischen Union an, der das Unternehmen ab dem Geschäftsjahr 2025 verpflichtend unterliegen wird.

Der Report ist unter [🌐 \*\*WWW.VRM.DE/NACHHALTIGKEITSBERICHT\*\*](https://www.vrm.de/nachhaltigkeitsbericht) online verfügbar. Über diesen Bericht hinausgehende Informationen zum Unternehmen können unter [🌐 \*\*HTTPS://VRM.DE/UNTERNEHMEN/\*\*](https://vrm.de/unternehmen/) abgerufen werden.



# Impressum

## KONTAKT:

E-Mail-Adresse: [nachhaltigkeit@vrm.de](mailto:nachhaltigkeit@vrm.de)  
Internetseite: [www.vrm.de](http://www.vrm.de)

## INHALTLICH VERANTWORTLICH:

### Nachhaltigkeitsbeauftragter:

Oliver Nehrbass

## IMPRESSUM:

### Herausgeber:

VRM Holding GmbH & Co. KG  
Erich-Dombrowski-Straße 2  
55127 Mainz  
Registergericht: HRA Mainz 40953  
Telefon +49 6131/48 30  
Telefax +49 6131/48 51 33  
E-Mail: [impressum@vrm.de](mailto:impressum@vrm.de)  
Vertreten durch die VRM Holding Verwaltungs-GmbH  
Geschäftsführer: Joachim Liebler  
Registergericht: HRB Mainz 42301  
Erich-Dombrowski-Straße 2  
55127 Mainz

## Redaktion und Koordination:

Michelle Amend  
Jens Kowalski  
Michael Manns  
Jennifer Mathes-Riebl  
Oliver Nehrbass  
Claudia Schmidt  
Dr. Uwe Wilke

## Design:

RYZE Digital GmbH  
[www.ryze-digital.de](http://www.ryze-digital.de)

## Fotos:

Sascha Kopp  
Sascha Lotz  
Andreas Schlote  
Nathalie Zimmermann

## Bildnachweise:

©Anatoliy Gleb/stockadobe.com  
©Artco/stock.adobe.com  
©blankstock/stock.adobe.com  
©Christian Schwier/stockadobe.com  
©FourLeafLover/stock.adobe.com  
©Frank/ tock.adobe.com  
©Jacob Lund/stockadobe.com  
©John Desing/stock.adobe.com  
©Mykola/stock.adobe.com  
©Serhii/stockadobe.com  
©sharpnose/stock.adobe.com  
©WavebreakmediaMicro/stockadobe.com  
©whyframeshot/stockadobe.com



# Kontakt

E-Mail: [nachhaltigkeit@vrm.de](mailto:nachhaltigkeit@vrm.de)  
[www.vrm.de](http://www.vrm.de)